

---

## ***O Show de Truman: uma análise pelos olhos da Cibercultura***<sup>1</sup>

Marina dos Santos FRANCO<sup>2</sup>

Anna Luiza Rosa CABRAL<sup>3</sup>

Ana Cristina Santos PUYGCERVER<sup>4</sup>

Germânio Eustáquio da SILVA<sup>5</sup>

Pablo Henrique da Costa SILVA<sup>6</sup>

Ricardo Matos de Araújo RIOS<sup>7</sup>

Universidade Presidente Antônio Carlos, Barbacena, MG

### **RESUMO**

Este artigo pretende discutir como os conceitos de Cibercultura, elucidados por Lévy (1997), são disseminados ao público através do filme "O Show de Truman" (1998). O texto discute os problemas sofridos pela sociedade atual no uso do ciberespaço. O arcabouço teórico tem como base os estudos de Cibercultura de Pierre Lévy (1997), que se debruçou na compreensão dos fenômenos de comunicação e produção de informação e conhecimento. Espera-se que este texto possa contribuir com as discussões sobre a Cibercultura e os simulacros da realidade no estado da arte atual das relações tecnológicas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cibercultura; Pierre Lévy; Sociedade do Espetáculo; Tecnologia

### **1. INTRODUÇÃO**

De que forma a Cibercultura e o processo de consumo atual da mídia afetam as práticas sociais? Exemplos atuais não faltam, mas em 1998 este processo de voyeurismo se fazia presente no cinema, através do filme *O Show de Truman* (1998).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC, email: marina.franco02@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC, email: designerannarosa@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC, email: cristinapuygcerver@gmail.com

<sup>5</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC

<sup>6</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC, email: pablohsilva1416@gmail.com

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Graduado em Comunicação Social (Jornalismo), pela UFSJ, Mestre em Relações Internacionais, pela PUC-MG e Universidade de Coimbra, e Doutorando em Comunicação Social, pela UFJF. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAC, email: ricardorios@unipac.br / ricmrios@gmail.com, Twitter: @ProfessorRios

---

O filme *O Show de Truman* conta a história de Truman Burbank. Ele é um vendedor de seguros que leva uma vida tranquila, juntamente de sua esposa. Ao passar dos dias, ele percebe que tudo é sempre perfeito e que às vezes as pessoas ao seu redor tem comportamentos estranhos, do tipo ensaiados. Ele passa a notar que todos os dias, as mesmas coisas acontecem: vai para o trabalho, o vizinho lhe cumprimenta, há pessoas lavando carros, o trabalho está sempre tudo em ordem.

Porém, no seu íntimo, ele tem muita vontade de viajar para fora de sua cidade, mas sempre é impedido por alguma fatalidade; seja mau tempo ou problemas na estrada. Até que certo dia, ele chega ao fundo do grande cenário e percebe que o céu era um grande pano e ali ele descobre toda a verdade. A partir desse momento no filme, é revelado aos telespectadores que a vida toda de Truman se trata do reality mais famoso do mundo. Desde o seu nascimento até sua vida adulta, sua rotina era um programa milionário, onde havia muita publicidade e milhões de fãs assistindo 24 horas ao seu programa.

A partir desse contexto do longametragem *O Show de Truman*, analisaremos pontos específicos da Cibercultura de Pierre Lévy, como também relatar a "alegoria de Platão" se encaixa na realidade do protagonista Truman Burbank.

## **2. CONCEITOS DE CULTURA E CIBERCULTURA**

Este trabalho tem como base os estudos de cibercultura do filósofo e sociólogo francês Pierre Lévy. E o que é cultura? Trata-se de um conjunto de conhecimentos, tradições, ideias, práticas e costumes que se tornam característica de um grupo social ou familiar, étnico, religioso e assim por diante. Além disso, é também todo comportamento aprendido, de modo independente da questão biológica.

A revolução tecnológica trouxe ao mundo uma experiência jamais experimentada, excluindo da sociedade as barreiras que o espaço e tempo mantinham. Na década de 90, onde a informática se popularizava e a internet chegava de forma comercial, foi possível proporcionar às pessoas a interatividade, um objetivo básico da Cibercultura e que foi de grande importância para a evolução do homem e sua maneira de comunicar. Comunicar é uma necessidade básica para a existência do ser e desde os primórdios da existência humana, a comunicação é feita de diversas maneiras. Hoje, no digital, a comunicação permite a interação cultural e social, transformando

---

relacionamentos humanos, processos de trabalho, educação e consumo de uma geração inteira. Para Pierre Lévy, a cibercultura é um fato que não pode ser ignorado, tendo em vista que cada vez mais o homem está imerso no mundo digital:

"Aqueles que denunciam a cibercultura hoje têm uma estranha semelhança com "Aqueles que desprezavam o rock nos anos 50 ou 60. O rock era anglo-americano, e tornou-se uma indústria. Isso não o impediu, contudo, de ser o porta-voz das aspirações de uma enorme parcela da juventude mundial (LÉVY, 1997, p. 10-11).

O autor chama a atenção para o poder das interações coletivas e como isso impacta na sociedade. Ao mesmo tempo, diz que o virtual é uma potência do real, e vice-versa, nos mostrando que a rede pode se expandir desde questões que colaboram para o desenvolvimento humano como também propagar os nossos piores conflitos.

A tecnologia é capaz de moldar o comportamento de uma sociedade a longo prazo, se tornando uma extensão do ser humano. Cohn (1987, p. 364) analisa o processo midiático como extensão do ser:

Os meios de comunicação - isto é, tudo aquilo que serve para vincular o homem ao homem, desde a fala comum até a TV, passando pelos meios de transporte e a moeda e parando longamente na palavra impressa - são, para McLuhan, "extensões do homem": formam o meio ambiente, no qual ele se move, se projeta e se forma. Aos diversos sentidos - visão, audição, tato, olfato - correspondem outras tantas e diversificadas "extensões" possíveis. O telefone é extensão do ouvido, o livro o é da visão, assim como a roda amplia e modifica as funções do pé humano. O ambiente criado pelo homem - o seu *environment* - é uma segunda natureza, e forma o próprio homem, ao moldar os seus padrões de percepção do mundo e de si próprio. (COHN, 2019, p. 364)

Ao pensar no filme *O Show de Truman*, sua história se liga a constantes discussões sobre a vida do protagonista, que é acompanhada diuturnamente pelas pessoas na televisão. Como pontua Lévy (1997),

[A cibercultura] corresponde ao momento em que nossa espécie, pela globalização econômica, pelo adensamento das redes de comunicação e de transporte, tende a formar uma única comunidade mundial, ainda que essa comunidade seja - e quanto! - desigual e conflitante. Longe de ser uma subcultura dos fanáticos pela rede, a cibercultura expressa uma mutação fundamental da própria essência da cultura. De acordo com a tese que desenvolvi neste estudo, a chave da cultura do futuro é o conceito de universal sem totalidade (LÉVY, 1997, p. 253)

---

Essas discussões criam, no enredo do filme, nós em redes de debates, sendo fontes de heterogeneidade e diversidade de assuntos, abordagens e discussões, em constante renovação, já que a vida de Truman tem um capítulo novo a cada instante.

### **3. O SHOW DE TRUMAN E A CIBERCULTURA**

O filme *O Show de Truman*, lançado em 1998 e estrelado por Jim Carrey, conta a história de Truman, o primeiro bebê que tem seus direitos de vida e de imagem comprados por uma corporação. Ele é preso em Seaheaven, uma cidade projetada para ser sua cidade-cenário e ele é obrigado, mesmo sem saber, a viver aquela vida de mentiras, pois tudo não passa de um programa televisivo. Todas as fases de sua vida (do nascimento à vida adulta) foram transmitidos pelo reality. Na história, as pessoas diretamente envolvidas com Truman Burbank são atrizes colocadas no cenário para interagir com o personagem de Carrey. Um A vida de Truman não teve roteiros, mas pequenas interferências para que o programa continuasse. dos exemplos de alteração da realidade foi uma simulação da morte do pai em uma viagem de pesca, o que causou traumas ao personagem principal, fazendo com que Truman desenvolvesse fobia a viagens sobre a água. A falta de humanidade dada a Truman é corroborada pelo próprio público do programa, que não o vê como ser humano, mas sim, como personagem.

No filme, é possível perceber que *O Show de Truman* é o maior reality do mundo, pois acontece no maior cenário do planeta, criado por Hollywood. No enredo do filme, apenas o estúdio onde é feito o programa e a muralha da China são obras feitas pelo homem visto do espaço. O reality é assistido por 1,7 bilhões de pessoas, transmitido em 220 países e o cenário possui cerca de 5 mil câmeras. Tudo isso transmitido ao vivo, 24 horas, 7 dias por semana.

Com o passar da história, erros técnicos, na figuração e no roteiro do programa fazem Truman se questionar se aquele mundo é real. No final da história, Truman decide abandonar aquele simulacro, enfrenta seu medo e pega um barco para navegar no mar construído artificialmente. O diretor do programa ordena o lançamento de uma tormenta para que Truman desista da ideia. Durante a forte tempestade, Truman desmaia e ao recuperar a consciência, seu barco colide com uma parede, a parede do fim do cenário. O diretor tenta dissuadi-lo da ideia de partir para a vida real, sem sucesso.

**FIGURA 01:** Tela do filme *O Show de Truman*



É possível analisar através da alegoria do mito da caverna, do filósofo Platão, como Truman Burbank se encontra preso em uma única realidade:

O filósofo descreve homens acorrentados em uma caverna escura, que tomam por mundo verdadeiro o breu do ambiente a que foram aprisionados. Os prisioneiros, incapazes de movimentar a cabeça e, conseqüentemente, verem uns aos outros ou mesmo a si próprios, gastam os dias e as noites a observar sombras de marionetes, que se projetam numa parede em frente a seus olhos, conduzidas por outros homens que se colocam atrás dos prisioneiros. Como os homens acorrentados poderiam aventar a hipótese de que existe um mundo acima da caverna, um mundo exterior, em que as sombras são projetadas por marionetes e as marionetes, por sua vez, são cópias de seres e coisas? Como poderiam desconfiar de que o mundo que tomam por real é falso? Um dia, um dos cativos se liberta e sai da caverna. Olhando para o alto, para o exterior, chega a conclusão de que o mundo que haviam criado para ele, o mundo da caverna, não passa de ilusão. Livre, descobre que as sombras e as marionetes não são seres reais e que as vozes que ouve na escuridão da caverna não vêm das sombras, mas de outros homens que impunham as marionetes. Por fim, o prisioneiro dá-se conta do engano de sua percepção na vida antiga, quando tomava por realidade o que de fato era aparência. No curso do descobrimento do novo mundo, o prisioneiro distingue a coisa verdadeira daquilo que ele acreditava ser a própria coisa, no estágio anterior (STIGGER, 2003, p. 104)

Mesmo após mais de dois mil anos que Platão revela essa alegoria, ela se faz presente tanto no contexto do protagonista Burbank, quanto aos veículos digitais que aprisionam e manipulam o homem.

Pela alegoria de Platão, podemos observar que Truman é um prisioneiro da realidade. Ele desconhece outra cidade, outras pessoas e outro mundo. Tudo ali parece perfeito e confortável, apesar de suas lutas internas e traumas. Porém, ao se libertar da mentira que é sua vida, ele se assemelha ao prisioneiro sem correntes, que na oportunidade de conhecer o outro lado da verdade, sente medo. Por um triz, Truman poderia ter continuado a viver sua vida de mentiras, o medo o proporcionou a possibilidade de se manter confortável. E justamente esse ponto que a alegoria de Platão mostra: a verdade incomoda, é difícil, é necessário coragem para enfrenta-la.

**FIGURA 02:** Tela do filme *O Show de Truman*



Quando Pierre Lévy afirma que vivemos numa “sociedade da comunicação”, ele quis revelar que vivemos numa sociedade conectada por vários meios e ferramentas tecnológicas, deixando o sentido geográfico e partindo para a conectividade na esfera global. Uma informação quando tornada pública pode tomar proporções grandiosas a ponto de ser considerada real por várias outras pessoas, podendo assim causar diversas mudanças, seja em nível ideológico, cultural ou social. O que explica o poder de um conteúdo, por exemplo, que independentemente do seu formato ou temática, pode ser assunto de muitos e até mesmo ser praticado por aqueles que recebem.

Assim se explica a vida de diversos “Trumans” fora dos cinemas que fazem da sua rotina um verdadeiro show capaz de alcançar e influenciar milhões de pessoas,

como os *digital influencers* que, voluntariamente, expõem sua vida para um grande público seu dia-a-dia, gostos e ideias. O poder de influência destas pessoas se iguala ao de Truman, mesmo que de forma involuntária da parte do personagem. No longametrage, todos os produtos consumidos por Truman e seus amigos eram objetos de desejo para todos os telespectadores. A imagem destes vinculada a um produto ou serviço é capaz de tornar os mesmos conhecidos, desejados e populares. O fato de, no filme, a personagem Meryl, que era esposa de Burbank, regularmente exibir vários itens que ela comprou ou dizia querer comprar, havia o propósito da divulgação, igualmente quando a dupla de senhores engravatados posicionam Truman diante uma publicidade estampada.

Também serve como exemplo programas de TV, como o Big Brother Brasil e demais *reality shows*. O anonimato se tornou extinto assim que a necessidade de nos conectarmos se tornou maior. Nos dias de hoje basta compartilhar algo nas ferramentas digitais para ter o conhecimento de vários outros que, por influência da cultura tecnológica, farão o mesmo. Dentro desse universo de *reality shows* e blogueiras há muito dinheiro envolvido em publicidade, da mesma forma que revelado no filme. Isso acontece porque a geração Y está muito mais presente na internet do que presa aos meios convencionais de comunicação em que os horários e conteúdos são limitados pelas emissoras (MEIO & MENSAGEM, 2016). Como observa Lemos (2005),

[...]diversas manifestações socioculturais contemporâneas mostram que o que está em jogo com o excesso e a circulação virótica de informação nada mais é do que a emergência de vozes e discursos, anteriormente reprimidos pela edição da informação pelos mass media. Aqui a máxima é “tem de tudo na internet”, “pode tudo na internet. (LEMOS, 2005, p. 2)

Este processo de consumo midiático gerado no ciberespaço modifica totalmente a relação emissor-receptor. No caso de *O Show de Truman*, as respostas do público moldavam as ações dos atores sob o protagonista. Esse processo interativo em meio à era do ciberespaço é pontuada por Lévy (1996) da seguinte forma:

O ciberespaço abre de fato um mercado novo, só que se trata menos de uma onda de consumo por vir que da emergência de um espaço de transação qualitativamente diferente, no qual os papéis respectivos dos consumidores, dos produtores e dos intermediários se transformam profundamente. [...] Os produtos e serviços mais valorizados no novo

---

mercado são interativos, o que significa, em termos econômicos, que a produção do valor agregado se desloca para o lado do consumidor, ou melhor, convém substituir a noção de consumo pela de co-produção de mercadorias ou serviços interativos” (LÉVY, 1996)

Além da cibercultura, outro fator ajuda a compreender os movimentos midiáticos atuais e a história de *O Show de Truman*: a sociedade do espetáculo.

Segundo Debord (1997), a sociedade do espetáculo transforma toda ação de comunicação em uma encenação, com intenções alienantes em relação à sociedade. Ele alerta para a espetacularização da cultura e das informações, dizendo que “Sob todas as suas formas particulares - informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos -, o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade” (DEBORD, 1997, p. 14).

O filme é um retrato da década de 1990, com as especificidades de um mundo imerso no início da digitalização e da internet residencial, além da reprodução do voyeurismo e do exibicionismo vigentes na televisão à época. Compreender *O Show de Truman* como uma lente de determinado período histórico e seus anseios de consumo midiático, ajudam a compreender todo o processo da Cibercultura e seus impactos na atualidade.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar do olhar positivo e esperançoso de Pierre Lévy sobre os avanços tecnológicos nas relações humanas, é preciso ter atenção quanto a velocidade de desenvolvimento das tecnologias e em relação à adaptação de quem os cria ou usufrui desse conteúdo. No caso aqui analisado, o universo performático de *O Show de Truman* deixa claro que as pessoas aceitam, sem qualquer crítica, todos os fatos que acontecem com Truman, esquecendo de que ele é uma pessoa imersa em toda a sua vida naquele simulacro.

Ao comparar Truman com o mito das cavernas de Platão, é possível observar que aquela realidade dada é aceita como tal por ser a única conhecida pelo protagonista. Isto é confirmado pelo próprio diretor do reality show do filme, que em uma entrevista afirma que “Nós aceitamos a realidade do mundo que nos é mostrado”. A única diferença é que a caverna de Truman é o estúdio de TV. Este pensamento se converge

muito com o estado atual da Cibercultura e do Ciberespaço. As pessoas trocam a realidade pelos simulacros das redes sociais, dos vídeos e de outros artefatos disponíveis online. Neste desligamento voluntário da realidade, as pessoas assumem suas próprias cavernas de Platão.

Ao viverem essa situação, as pessoas vivem, de forma orgânica, a sociedade do espetáculo, criando simulacros de suas próprias realidades para que os seguidores consumam as versões livres de *Shows de Truman* daqueles usuários. Apesar de defender a cibercultura, Lévy levantou os possíveis conflitos e contradições do uso do ciberespaço pelas pessoas. E é justamente pela formatação que as pessoas dão ao ciberespaço que ele se molda e se transforma, criando outras realidades e descobrindo outros caminhos, como Truman fez no filme.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

AGRELA, Lucas. (2017). **O brasileiro está cada vez mais viciado no celular**. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/mente-saudavel/brasileiros-estao-cada-vez-mais-viciadosno-celular/>. Acesso em: 26 mai. 2019.

ALVES, Walline (2018). **Micro influenciadores digitais**. Disponível em: <https://simplesmentecomunico.com/2018/01/14/micro-influenciadores-digitais/>. Acesso em: 26 mai. 2019.

BRITO, Raquel (2018). **O que é cultura?**. Disponível em: <https://www.stoodi.com.br/blog/2018/06/01/o-que-e-cultura/>. Acesso em: 26 mai. 2019.

BEASCHAU (2018). **O show de Truman e o Instagram**. Disponível em: <http://opensadorselvagem.org/vida/xauli-real/o-show-de-truman-e-o-instagram/>. Acesso em: 26 mai. 2019.

CALHEIROS, Moises (2012). **O show de Truman: Somos marionetes?** Disponível em: [http://www.filosofia.com.br/vi\\_filme.php?id=15](http://www.filosofia.com.br/vi_filme.php?id=15). Acesso em: 26 mai. 2019.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2007.

JOAQUIM, Bruno. (2013). **Cibercultura e conceitos-chave**. Disponível em: <https://www.cafecomsociologia.com/pierre-levy-conceitos-chave-cibercultura/>. Acesso em: 26 mai. 2019.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva: Por uma Antropologia do Ciberespaço**. Paris: La Découverte, 1994.

LEVY, Pierre. **O que é o virtual**. São Paulo: 34, 1996.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1997.

---

LEMOS, André. Ciber-cultura-remix. *In: Seminário Sentidos e Processos*. São Paulo, Itaú Cultural, 2005.

MEIO & MENSAGEM. **Por que investir em influenciadores digitais?**. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2016/06/23/por-queinvestir-em-influenciadores-digitais.html>. Acesso em: 26 mai. 2019.

PELLANDA, Eduardo (2019). **A essência da internet**. Disponível em: <https://www.fronteras.com/artigos/a-essencia-da-internet>. Acesso 26 mai. 2019.

POLITI, Cassio (2018). **Estatísticas de Marketing de Influência**. Disponível em: <https://www.influency.me/blog/estatisticas-do-marketing-de-influencia/>. Acesso em: 26 mai. 2019.

PEZZOTTI, Renato (2019). **Investimento em publicidade foi de R\$ 16,54 bi em 2018, aponta estudo**. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/04/10/investimento-em-publicidadefoi-de-r-1654-bi-em-2018.html>. Acesso em: 26 mai. 2019.

RIOS, Ricardo. **Cibercultura**. Barbacena: Unipac 2019.

SILVA, Cydo. (2010). **Resenha crítica - Show de Truman**. Disponível em: <http://teatroecibercultura.blogspot.com/2010/09/resenha-critica-show-de-truman.html>. Acesso 26 mai. 2019.