



## TV-Realidade: origens, produção e recepção

**Bianca Freire-Medeiros**

Dada a magnitude do fenômeno cultural, social e político que os *reality shows* representam, é surpreendente que um número relativamente modesto de publicações dedicadas à sua compreensão tenha surgido nos mercados editoriais mundo afora. Dentre estas iniciativas, merece destaque, pela variedade de formatos examinados e pela consistência das análises, a coletânea *Reality TV: Remaking Television Culture*, organizada por L. Ouellette, autora do elogiado *Viewers Like You: How public TV failed the people* (Columbia U.P., 2002), e S. Murray, professora do Departamento de Cultura e Comunicação da NYU.

Murray e Ouellette oferecem, no ensaio introdutório à coletânea, não apenas um mapeamento das questões que serão à frente discutidas pelos demais colaboradores, mas também uma instigante crítica dos *reality shows* da perspectiva dos estudos culturais. Definem a TV-realidade como “an unabashedly commercial genre united less by aesthetic rules or certainties than by fusion of popular entertainment with a self-conscious claim to the discourse of the real” (p. 2). É justamente na problematização do vínculo entre os *realities* e os discursos sobre o verdadeiro e o autêntico que reside um dos pontos altos da introdução. Sem fazer eco às já gastas críticas aos *reality shows* como “enganadores” e “manipuladores” de uma audiência ingênua, as autoras relacionam a construção do que é “verdadeiro” e “real” na TV-realidade a um contexto mais amplo em que as vigilâncias governamental e privada dos sujeitos ordinários são “naturalizadas”, tomadas acriticamente como parte de nosso cotidiano.

Os ensaios que compõem a primeira parte do livro consideram a questão do “gênero *reality show*” sob uma variedade de perspectivas. Em “‘Stanley Milgram, Allen Funt, and Me’: Postwar Social Science and the ‘first wave’ of reality TV”, A. McCarthy, autora de *Ambient Television: Visual Culture and Public Space* (Duke U.P., 2001), examina a “primeira onda de televisão-realidade”, cujo principal atributo técnico era a câmera escondida. Funt, idealizador e produtor do longo *Candid Camera*, e Milgram, psicólogo da Universidade de Yale, são resgatados por McCarthy como personagens fundamentais nessa trama. O primeiro logrou criar um produto televisivo que era recebido pelos pesquisadores sociais como valioso material de reflexão e, pelo público em geral, como bom entretenimento; o segundo foi responsável por uma variedade de

· Murray, Susan  
· and Ouellette,  
· Laurie (orgs.).

· *Reality TV:  
· Remaking  
· Television  
· Culture.*

· New York:  
· New York University  
· Press,  
· 2004.

experimentos fílmicos na área da psicologia comportamental, entre eles o famosíssimo *Obedience* (1965). Esses primeiros “realities” continuam em si tanto o educativo quanto o sensacionalista, mas, argumenta McCarthy, não demorou muito até que a proposta pedagógica cedesse lugar ao entretenimento sensacionalista puro e simples. A autora parece ignorar, contudo, que uma quantidade considerável de *realities*, sobretudo os produzidos hoje pela BBC inglesa, é animada por interesses psicoantropológicos bem próximos daqueles defendidos por Milgram.

O que nos permite, como telespectadores, distinguir um documentário de um *reality show*? É com esta inquietação em mente que S. Murray escreve “‘I Think We Need a New Name for It’: The Meeting of documentary and reality TV”. Tomando como referências empíricas a série de documentários *America Undercover* (HBO) e o programa *American High* (Fox/PBS), Murray examina o que está por trás da definição de TV-realidade. Seu argumento é de que, na prática, o que permite à audiência identificar como documentário ou *reality show* textos não-ficcionais são menos características formais do que elementos extratextuais. No caso de produtos híbridos, como aqueles examinados pela autora, a sugestão da antropóloga Margareth Mead, reproduzida no título do artigo, talvez não se aplique: em vez de cunhar “a new name for it”, é preciso compreender os contextos sociais que valoram positiva ou negativamente determinados produtos e tornam as identificações significativas.

Os contatos e distanciamentos entre *reality shows* e documentários voltam a ser analisados, desta vez por N. Couldry, em “Teaching Us to Fake It: The ritualized norms of television’s ‘reality’ games”. Sua proposta é examinar como a TV-realidade torna-se capaz de reformular as premissas acerca da realidade com as quais tradicionalmente os documentários trabalham. Ao focalizar *gamedocs* ingleses como *Big Brother*, *Castaways* e *The Experiment*, Couldry quer compreender aquilo que chama de “a dimensão ritual da TV” e suas relações com normas de comportamento social que orbitam em torno da mídia, alimentando-se de seu prestígio ao mesmo tempo que o reforçam. Retomando parte dos conceitos explicitados em seu *Media Rituals: A critical approach* (Routledge, 2003), o autor argumenta que, apesar de cada *gamedoc* ter seus mitos e ritos específicos, todos encorajam igualmente a idéia de que a realidade mediada é “superior” ou mais significativa que a realidade não-mediada. O autor não elabora, no entanto, por que rituais encenados em um determinado programa, e muito bem recebidos pela audiência, falham quando transpostos para outros formatos.

M.B. Haralovich e M. Trosset, em “‘Expect the Unexpected’: Narrative pleasure and uncertainty due to chance in *Survivor*”, também analisam os *gamedocs*, privilegiando, porém, o que consideram ser sua característica mais marcante: o acaso não-roteirizado. À análise de Roland Barthes do prazer do texto combina-se a teoria matemática para revelar a

importância do acaso na estrutura e sucesso do programa. Apesar de bem pesquisado, o artigo exige do leitor ou um domínio dos métodos matemáticos empregados, ou um pacto de credibilidade com seus autores para apreciação de suas conclusões.

No último ensaio desta seção, D. Kompare revisita o legado de *An American Family* (PBS), tido como o primeiro *reality show* da TV norte-americana. Em 1973 a PBS convenceu os Loud, família californiana de classe média alta, a filmá-la ao longo de sete meses. Durante este período, situações inesperadas ocorreram: o casal separou-se e o filho mais velho assumiu sua homossexualidade diante de 10 milhões de americanos — até então um recorde de audiência para a PBS. Sua experiência de produção e recepção é comparada àquela da *reality sitcom The Osbournes* (MTV). O artigo é de particular interesse aos que trabalham com o tema da família e suas representações televisivas, mas contribui, também, para a reflexão sobre a sedução provocada pela exposição televisiva daquilo que é tido como abjeto e grotesco.

A segunda parte analisa os contextos industriais e comerciais em que se originou e difundiu o gênero da TV-realidade. C. Raphael, em “The Political Economic Origins of Reali-TV”, explora suas origens econômicas ao revisitar fatores específicos – disputas sindicais e jurídicas, competição crescente por parte dos canais a cabo e escassez de recursos financeiros – que levaram as redes abertas nos EUA, em fins dos anos de 1980, a exibirem cada vez mais programas não-ficcionais. Raphael contesta, assim, que as demandas do público seriam responsáveis pelo crescimento da TV-realidade, demonstrando o quão basilares as forças políticas e econômicas foram em seu desenvolvimento. Apesar de centrada no contexto norte-americano, a análise aponta para o caráter altamente globalizado da idealização e produção dos *realities*.

T. Madger, em “The End of TV 101: Reality programs, formats, and the new business of television”, identifica três estratégias singulares da TV-realidade que têm o potencial de alterar permanentemente a lógica da produção televisiva como um todo: o crescente uso de *product placement*, a expansão dos *merchandising tie-ins* (uso de marcas por participantes dos programas) e a extensão dos programas para além dos limites da TV (com as novas tecnologias interativas). Ao examinar os precedentes históricos dos *realities* e a natureza internacional de sua circulação, Madger produz um dos melhores artigos da coletânea.

C. Kleinhans e R. Morris concentram-se nas dinâmicas de produção e exibição de uma rede de TV a cabo – *Court TV* – que apresenta, durante as 24 horas em que está no ar, julgamentos e dramas policiais, notícias e programas jurídicos. Em “Court TV: The evolution of a reality format”, os autores observam a tensão inerente entre os interesses comerciais e educativos do canal, demonstrando como a competição pela audiência

obrigou o canal a sofisticar tecnicamente sua produção e a trabalhar com as premissas de dois gêneros televisivos altamente populares: *soap opera* e esportes.

Em sua terceira parte, a coletânea examina as políticas culturais dos *reality shows*. J. Kraszewski, em “Country Hicks and Urban Cliques: Mediating race, reality, and liberalism on MTV’s *The Real World*”, situa a TV-realidade como um espaço de manobras ideológicas a partir da análise do programa que inspirou a cunhagem do termo *reality show*. Sete jovens de lugares, culturas e camadas sociais diferentes eram convidados a interagir vigiados por câmeras e microfones enquanto supostamente aprendiam a conviver com a alteridade, requisito básico em uma sociedade que acabara de experimentar as *riots* de Los Angeles. O autor conclui, de forma um tanto alardeada, que a encenação levada a cabo pelo programa contribuiu para uma forte despolitização do tema do racismo entre os jovens americanos durante os anos de 1990.

Em “What Do Women Watch? Tuning in to the compulsory heterosexuality channel”, J. Maher volta-se para as políticas de gênero através da análise dos *realities* exibidos no canal a cabo The Learning Channel, em especial *A Wedding Story* e *A Baby Story*. Assumindo um tom fortemente pessoal e se utilizando dos depoimentos de outras telespectadoras recolhidos em salas de *chat*, Maher responsabiliza esses programas pela construção da heterossexualidade de classe média como objeto de desejo e consumo, camuflando as contradições da socialização entre as classes e os gêneros.

E. Rapping situa o longo programa *Cops* dentro do clima político direitista dos anos de 1990 para mostrar como a TV-realidade foi recrutada para o policiamento daqueles caracterizados como criminosos, *outsiders* e desajustados sociais. Seu argumento, em “Aliens, Nomads, Mad Dogs, and Road Warriors. The changing face of criminal violence on TV”, é que programas como *Cops* representariam uma construção televisual da criminalidade e corresponderiam a – e se empenhariam em justificar – táticas policiais repressoras e o aceleração do encarceramento nos Estados Unidos.

O interessante ensaio de L. Ouellette, “Take Responsibility for Yourself”: Judge Judy and the neoliberal citizen”, analisa a TV-realidade como uma tecnologia de poder que governa indiretamente os cidadãos em sincronia com discursos e políticas neoliberais. Ligando a TV-realidade a uma concepção neoliberal de serviço público, Ouellette argumenta que programas como *Judge Judy* não subvertem elusivos ideais democráticos tanto quanto constroem modelos de cidadania que complementam a privatização da vida pública, o colapso do Estado de bem-estar e os discursos da escolha individual e da responsabilidade pessoal.

J. Sconce volta à relação da TV-realidade com o serviço público em “See You in Hell, Johnny Bravo!”. Rejeitando distinções tradicionais

entre televisão educativa e comercial, Sconce defende, em tom pouco acadêmico, que programas como *Celebrity Boxing* (Fox), largamente criticados como sensacionalistas pela crítica intelectualizada, oferecem uma versão popular do serviço público porque processam questões políticas e articulam os ressentimentos contra a abastada classe das celebridades.

Os ensaios reunidos na seção final têm em comum a preocupação com estratégias e práticas de recepção. Em “Got to Be Real: Mediating gayness on Survivor”, K. LeBesco enfoca a reação dos fãs aos personagens *gays* de *Survivor*. Seu estudo de caso propõe que nem os produtores, nem os personagens *gays*, podem controlar o significado final destas representações.

Justin Lewis desvenda a contradição entre a tendência da televisão ao pós-modernismo formal e ao que ele chama de “epistemologia popular” do ato de assistir à TV (TV viewing). “The Meaning of Real Life” utiliza dados de diversos estudos empíricos de audiência para demonstrar que os prazeres e as políticas de se assistir a pessoas reais na televisão permanecem enraizadas numa tênue, porém claramente modernista, distinção entre realismo e artifício. Nosso desejo de reconhecer elementos reais numa paisagem midiática pós-moderna seria sintomático da ambigüidade paradoxal cultivada pela televisão contemporânea.

Comparando a recepção do *Big Brother* australiano à de *A Megera Domada*, de Shakespeare, J. Hartley argumenta, em “‘Kiss Me Kat’: Shakespeare, Big Brother, and the taming of the self”, que o jogo entre a realidade midiática e a não-midiática, adotado nos dois casos, requer um engajamento multiconscente por parte do público. Ao apontar semelhanças na recepção destes dois textos, em diferentes períodos históricos, Hartley situa a TV-realidade dentro de uma trajetória daquilo que identifica como “audiências ativas”. Esse tema é retomado em “Jamming Big Brother: Webcasting, audience intervention, and narrative activism”, de Pamela Wilson. A autora analisa as novas práticas de recepção inauguradas pelo uso de *feeds* digitais e fóruns da internet na TV-realidade, enxergando o potencial para uma nova forma de “ativismo narrativo”, baseado na participação do público.

Destarte as diferenças de metodologias e recortes empregados, bem como do nível de competência dos autores, os ensaios colaboram para um maior entendimento do fenômeno da TV-realidade. Em conjunto, ajudamos a refletir sobre o lugar que a cultura televisiva ocupa entre nós, sobre seu papel na consolidação de uma nova sociabilidade em que ampla vigilância, celebridades instantâneas e cultura anti-política aparecem como os substitutos definitivos das grandes narrativas.

BIANCA FREIRE-MEDEIROS é mestre em Sociologia (IUPERJ), doutora em História e Teoria da Arte e da Arquitetura (Binghamton University, NY) e professora Visitante do Dept./PPCIS da UERJ.