

HIPER-REALIDADE VERSUS SEDUÇÃO: o paradoxo do Big Brother Brasil

POLYDORO, Felipe da Silva
Mestre
PUCRS
felipepolydoro@gmail.com

RESUMO

Neste artigo, jogamos Baudrillard contra si próprio na análise do programa *Big Brother Brasil (BBB)*. Primeiro, desenvolvemos a afirmação do teórico de que este *reality show* resume-se a refletir o estado de banalidade de uma cultura hiper-real. Em seguida, propomos uma reversão nesta argumentação, ao apontar, no *BBB*, sinais de um efeito sedutor. No início, recuperamos alguns pontos da teoria do autor francês e evidenciamos o conceito moderno de realidade, aquilo que desaparece na era da simulação.

Palavras-chave: *Reality-show*. Hiper-realidade. Comunicação.

1 INTRODUÇÃO

Discorrendo sobre o programa *Loft Story*¹, versão francesa do *reality show Big Brother*, Jean Baudrillard (2004) aponta sinais de uma modificação profunda no estatuto da própria realidade. Relevante é o fato de o próprio real ter-se hiper-realizado, transmutado em simulacro, zona de sombra entre realidade e ficção em que tudo é meio falso, parecido e exagerado. O programa *Big Brother*, em si, não é tanto um agente de hiper-realização, mas, sobretudo, o produto e o espelho de uma época em que o real, a vivência diária, torna-se hiper-real. O real só invade a tela porque, antes, a tela já havia invadido a realidade.

É uma linha de pensamento que reverte a ordem causal de análises que acusam o *Big Brother* de produzir uma versão espetacular do real. Lopes (2011) afirma, por exemplo, que “o *BBB* é mais uma forma de espetacularizar a vida comum, tornar a rotina de um grupo de pessoas um produto midiático que, ano após ano, repete uma fórmula de sucesso entre os telespectadores”. No entanto, tomadas como base as teorias de Baudrillard (2004) e Debord (1997), o que se chama de “vida comum” já vive sob o império do espetáculo e da hiper-realidade, conceitos bastante semelhantes entre si. As supostas “pessoas reais” a figurar no programa já chegam hiper-realizadas.

Neste artigo, analisaremos o *Big Brother Brasil* na perspectiva da teoria de Baudrillard, com ênfase principalmente nos conceitos de hiper-realidade e de sedução. Para tanto, o trabalho toma como base a edição de número 10 do programa, exibida entre janeiro e março de 2010. Observamos sistematicamente os episódios do *BBB* buscando reconhecer os conceitos mencionados. Isto é, cientes das definições de hiper-realidade, simulação, simulacro e sedução, buscamos reconhecer, nas imagens e cenas exibidas, situações que remetessem a esses conceitos.

Como se verá, são perceptíveis tanto sinais da banalidade desencantada da hiper-realidade quanto aspectos sedutores, frutos de uma estratégia apta a reinjetar encantamento e autenticidade. É uma conclusão paradoxal, que, de certa forma, contradiz a análise que o próprio Baudrillard (2004) realizou do francês *Loft Story*. É claro que a aplicação do conceito de sedução a um objeto televisivo demanda uma certa liberdade em relação à teoria baudrillardiana. O espaço midiático, principalmente

a televisão, é território de simulação absoluta, estágio perfeito de hiper-realidade e o que há de mais distante do simbólico. No entanto, o próprio autor avisa que sua teoria é radical, não-literal e não-linear, e propugna reversões e caminhos oblíquos. O procedimento, aqui, acaba por jogar Baudrillard contra si próprio, movimento que seguramente não incomodaria o autor que tanto valorizava o paradoxo e a ironia, e falava de uma violência teórica. Neste caso, a violência de sua teoria será projetada contra ela própria.

Ao enunciar o desaparecimento da realidade, Baudrillard remete à noção moderna do termo. O que some é um conceito, uma perspectiva dominante por determinado período classificado como modernidade e que, na visão do autor, já não mais vigora - embora o uso cotidiano da palavra “real” ainda remeta à noção moderna. Torna-se fundamental, portanto, a compreensão desse conceito para uma reflexão a respeito de um “*reality show*”. O que é essa realidade que desaparece na radical teoria baudrillardiana?

2 APOGEU E DECLÍNIO DO REAL

Etimologicamente, real vem do latim *res*, coisa material, concreta, significado que já dá pista da acepção que o termo viria a ter a partir do século XVII. Como expõe Heidegger (2002), na antiguidade, que vivia perspectiva de mundo diferente mas é onde residem as raízes do pensamento moderno, o mundo é algo já existente que aparece, apresenta-se no presente, ao qual o homem está subordinado e sobre o qual as ações humanas não têm qualquer interferência. Para conhecer as coisas, é necessário contemplá-las de maneira a observar aquilo que estas são em si mesmas. Em Platão (2006), as ideias, que são a verdadeira realidade, podem ser observadas pelos olhos da mente. Verdade (“*aletheia*”) significa, literalmente, não-oculto e está associada à noção de revelação. As coisas que existem saem de um estado de não-vigência para o de vigência; do potencial ao real.

A mudança na visão de mundo do período moderno aparece, sobretudo, nas obras de Descartes (2000) e Kant (2001). Descartes (2000) decreta a impossibilidade de se conhecer a *res extensa* diretamente. Formulamos representações a partir dos dados dos sentidos e chegamos ao conhecimento verdadeiro das coisas através do cálculo. Posteriormente, Kant (2001) argumenta que a coisa em si mesma é incognoscível. O mundo que conhecemos é o dos fenômenos, os objetos como aparecem na experiência. Esses objetos sempre têm algo posto pela mente humana. Isto é, aquilo que existe e é real é, pelo menos em parte, construído pelo homem.

A ciência moderna, baseada em hipóteses, parte sempre de um conhecimento anterior que a realidade confirma ou rechaça *a posteriori*. Há sempre um esquema *a priori*, um filtro de intenção de que o cientista se dota. Não se trata, portanto, de uma observação totalmente desinteressada; como resultado, aquilo que os modernos chamam de real é fruto de um ponto de vista, é uma secção do existente. Para Heidegger (2002), o evento fundamental da emergência da modernidade é a troca do sentido de verdade - que, para os gregos, significava não-oculto - para certeza. Verdadeiro passa a ser aquilo que é exato, preciso, passível de explicação. E o real é o que existe concreta e objetivamente; é algo efetivado, um fato. “No sentido de fato e fatural, o ‘real’ se opõe ao que não consegue consolidar-se numa posição de certeza e não passa de mera aparência ou se reduz a algo apenas mental” (HEIDEGGER, 2008, p. 44). Nesta acepção, a realidade se opõe a tudo o que é da ordem do mito, da fantasia, da imaginação, da ficção.

Em um momento de rara clareza e linearidade na argumentação, Baudrillard (2001, p. 69) definiu este real:

Realidade é apenas um conceito, ou um princípio, e por realidade quero dizer todo o sistema de valores conectado com este princípio. O Real enquanto tal implica uma origem, um fim, um passado e um futuro, uma cadeia de causas e efeitos, uma continuidade e uma racionalidade. Não há real sem estes elementos, sem uma configuração objetiva do discurso.

Nietzsche (2008), pensador com profundas influências em Baudrillard, desconstrói a visão moderna e, conseqüentemente, a noção de real como algo exato, cognoscível por métodos racionais. O que chamamos de real não é a realidade concreta, mas uma perspectiva, um ponto de vista. O mundo real é “uma ilusão ótico-moral” (NIETZSCHE, 2008, p. 29). Só existem aparências, que recebem tais ou quais sentidos e significados. A realidade é a aparência significada como realidade. Um signo, portanto, mas sem nexos com um ser ou um referente, sem uma essência e sem o fundamento do cálculo e da racionalidade. Onde outrora colocavam-se o ser e o fundamento agora há o valor, que desliza por baixo das aparências. Sendo assim, o que se entende por conhecimento e por verdade, avisa Nietzsche (2008), sempre foi resultado de uma valoração, observação que, de certa forma, já elimina o real moderno - este não só não existe como nunca existiu.

3 HIPER-REALIDADE VERSUS SEDUÇÃO

Baudrillard alinha-se à ontologia nietzschiana - se é que é possível falar em ontologia quando se assume a inexistência do ser e de qualquer outro fundamento. Sempre

existiu apenas o simulacro, a verdade a esconder que a verdade não existe. A realidade e a racionalidade são efeitos semióticos, proveem de uma ilusão de profundidade e de diferença entre o signo e o referente. Ocorre que o processo semiótico de racionalização do real, que secciona o objeto em busca de uma resposta exata, deixa de fora o mais relevante, a ilusão vital que é motor do social. Para Merrin (2005), a compreensão plena dessa ideia de Baudrillard exige o entendimento do conceito de troca simbólica.

O sentido de simbólico, aqui, não é o mesmo da semiótica de Pierce (2000): um signo cujo significado decorre de uma convenção. A origem está no conceito de “sagrado” que Durkheim aplica na análise de sociedades primitivas. A ideia é de que a comunhão desses grupos sociais se dá graças a uma energia que brota de rituais e festas, uma força não-racional que se alastra entre os indivíduos e os une. Esses eventos oferecem uma experiência imediata à coletividade, reforçando e atualizando os valores e ideais do grupo. Segundo Merrin (2005, p. 12), trata-se de “um modo elevado de experiência e significado coletivos que transformam a vida individual cotidiana”². A troca simbólica é um tipo de relação calcada em uma experiência imediata que tende a desaparecer em uma sociedade de massa dominada pelos meios de comunicação.

Nas relações de uma sociedade midiática, o signo ou imagem substitui o que era antes da dimensão do simbólico e, automaticamente, faz esta força sumir. Este é o projeto da modernidade, da ciência e do capitalismo: a racionalização do real como representação passível de cálculo e controle e a espetacularização das relações sociais, agora mediadas por signos. O simbólico não é real no sentido moderno do termo. Não é calculável, reproduzível via experiência. Mas é existente para aquelas sociedades que vivenciam - ou vivenciaram - a troca simbólica. Se Baudrillard é acusado de niilista por mencionar a perda de algo, o que ele lamenta é a eliminação do simbólico, deste tipo de relação entre os indivíduos inviável em uma sociedade industrial e midiática.

Em outra obra, Baudrillard (2001) vai utilizar o termo ilusão para designar essa força que imprime vitalidade ao mundo. “Quero dizer a ilusão radical e objetiva do mundo, a impossibilidade radical de uma presença real das coisas e seres, sua ausência definitiva deles próprios” (BAUDRILLARD, 2001, p. 77). Isto é, a significação da aparência como realidade deixa escapar o ilusório. Como expõe Merrin (2005, p. 32), “o simbólico é uma realidade inominável e insignificável que fica de fora do processo semiótico”. Ainda assim, como veremos adiante, é possível restabelecer a autenticidade do simbólico graças a um jogo formal na superfície da aparência.

A hiper-realidade marca a eliminação do simbólico, do signo e do real. E é um

processo de destruição cujo fundamento está no próprio projeto moderno, que pretende significar todas as aparências como realidade e, desta forma, desocultar tudo que ainda não é conhecido ou permanece na dimensão do secreto. A hiper-realidade que é cume deste processo é um real parecido com o anterior, mas mais espetacularizado, carregado, saturado, detalhado. É como se tudo tivesse sido duplicado numa imitação espetacular e o que sobra é apenas este duplo imitado.

O hiper-real é paradoxal por excelência: a multiplicação dos signos em um nível espetacular, acompanhada de um imaginário de transparência e de obsessão pela verdade, geram um real tão minucioso e detalhado, tão dissecado, que ganha o aspecto de falso. Não se trata de falsidade no sentido simples, convencional. A simulação, marca da sociedade atual, situa-se exatamente na fronteira entre o falso e o verdadeiro, status que Baudrillard (1991a, p. 46) define assim:

Por toda a parte, em todo e qualquer domínio, político, biológico, psicológico, midiático, onde a distinção dos dois pólos já não pode ser mantida, entra-se na simulação e, portanto, na manipulação absoluta - não a passividade, mas a indistinção do ativo e do passivo. (...) Uma única nebulosa indecifrável nos seus elementos simples, indecifrável na verdade.

A simulação situa-se exatamente na fronteira entre a realidade e a ficção, entre a essência e a aparência, entre a verdade e a mentira. Não há oposição ou diferença. Isso significa que já não há nem verdade, nem mentira, nem realidade, nem ficção, nem falso, nem verdadeiro, nem sujeito, nem objeto - nem razão, nem sentido, nem consciência, nem causalidade. Nunca estamos no plano da realidade, mas nunca estamos no plano da ficção (ou da imaginação, da aparência). Nunca fingimos completamente, mas jamais somos verdadeiros. Fingir e falsear são da ordem da representação. Um ator que representa um personagem posta-se no lugar de outra pessoa, estabelece uma distância entre o referente e a imitação. Numa sociedade da simulação, o ator jamais “entra” completamente no personagem e o público, na sua vivência cotidiana, representa papéis, atua como se estivesse dentro de um programa de televisão. As atitudes, o figurino: todos se comportam um pouco como estrelas de cinema ou de telenovelas, fase avançada de indistinção entre o midiático e o não-midiático, o real e o espetáculo, a representação e o ser. Tudo fica meio parecido, meio falso e, ao mesmo tempo, meio exagerado e saturado: hiper-real. Debord (1997) também diagnosticou uma sociedade dominada pela representação, em que os comportamentos ganham ares de encenação e o verdadeiro desaparece por baixo do espetáculo - conceito próximo ao de hiper-realidade. Mas a sociedade do espetáculo ainda esconde a realidade da exploração econômica sob as imagens. Na visão

baudrillariana, não há nada embaixo dos signos e imagens. Por isso, a alternativa à progressão fria e indiferente da simulação é um jogo no nível dos signos.

A vontade moderna é a de revelar verdades; racionalizar o real significando-o e transformando tudo em realidade; separar verdade de mentira, sujeito de objeto; progredir multiplicando serialmente os objetos; conhecer cientificamente as coisas de maneira a dispor do mundo (o que produz uma realidade regional, seccionada, previamente esquematizada, e que deixa a ilusão radical de fora). Esse imaginário do domínio, da transparência, da racionalidade entra em parafuso e nos joga na fase atual de simulação. Como alternativa a isso tudo, temos o efeito sedutor no nível das aparências, apto a reverter a positividade progressiva que nos levou ao vazio. Já não há como retornar a um estado primitivo onde impera a troca simbólica, mas o simbólico, o ilusório, ainda podem ser reeditados em efeitos de signos, de linguagem, de forma, de ironia.

Esse caminho não é o da mera oposição linear e literal de ideias, de contraposição de novas afirmações mais verdadeiras - exatas - que as anteriores, de abordagens racionais dos objetos. A alternativa é a do desvio, da reversão, da ironia, da radicalidade, do jogo ambíguo. Baudrillard (1991b) remete à origem etimológica da palavra sedução: “se-ducere”, afastar do caminho. Se a hiper-realidade progride em linha reta e achata o signo até eliminar a abertura da imaginação, a sedução reabre uma brecha de ilusão ao desviar do trajeto de hiper-realização e, desta forma, reverte o processo de acréscimo de real ao real. Conforme Silva (2007), quase toda a obra de Baudrillard sugere a necessidade de se buscar esse espaço de reversão.

Afinal, o simulacro vaga sobre o vazio e qualquer tentativa de racionalizar, de pensar conceitualmente será malfadado: não se trata de retomar essências e recuperar o verdadeiro ser por baixo da falsidade. Se só há aparência, então só um jogo no nível das aparências poderá dar conta de um mundo hiper-real. Sendo assim, a sedução é uma forma apta a reverter outra forma, a da hiper-realização. Este é o embate possível na cultura contemporânea - embate que podemos distinguir em uma análise do *Big Brother Brasil*.

4 HIPER-REALITY SHOW

Visto de uma perspectiva racionalista, um *reality show* como o *Big Brother Brasil* transpõe o real para o outro lado da tela. Há uma clara promessa de transparência: de transmissão da realidade diretamente, cuja única mediação é a da câmera, aqui uma janela que abre um contato com situações vivenciadas por pessoas comuns. A própria realidade, o ser humano verdadeiro - aquele que não é ficcional, não é fruto da

imaginação, não representa, mas simplesmente é, concretamente, si próprio - comparece e é transmitido diretamente. Os participantes reais vivenciam situações criadas pela produção do programa, mas reagem - ou espera-se que reajam - de forma espontânea e imprevista, em linha com suas identidades, seu ser. Nada é fictício ou fantasiado, não há roteiro e personagens, não se trata de novela, mas da espontaneidade e a concretude do real.

Na verdade, o compromisso de transparência e de contato com o real no *Big Brother Brasil* é grandioso e total. Tudo o que acontece na casa será captado. O real será integralizado enquanto imagem pelas câmeras espalhadas em todos os aposentos. Na edição de número 10, que serviu de base para esta análise, havia um total de 55 câmeras na casa onde transcorre o show. Estes equipamentos contêm tecnologia infravermelha, que capta as imagens até mesmo no escuro. Portanto, nenhum detalhe, nenhum acontecimento, nenhuma nuance vai escapar, ocorra à luz do dia ou no meio da madrugada, seja onde for dentro da casa. Não se resume, assim, à veiculação do verdadeiro, mas da captação completa e integral da realidade. As câmeras cobrem de imagens todo o território da casa, tal como os cartógrafos do conto de Borges, citado por Baudrillard (1991a), que desenham um mapa do tamanho do território. É notório, portanto, um imaginário de transparência. Há a vontade de desnudar, mostrar a íntegra, desvendar todos os segredos. Esse ímpeto totalizante revela um exagero que é marca de uma fase de simulação.

Baudrillard (2004) define este efeito de transparência dos *reality shows* como a ilusão midiática do real em direto. Trata-se, porém, de um real adulterado, que já não corresponde à concepção moderna citada anteriormente. De fato, uma observação sistemática do programa revela um comportamento, por parte dos integrantes, que não condiz exatamente com o que se esperaria de pessoas “comuns” - isto é, de fora do universo televisivo e, por isso, desacostumados com as câmeras. Desde o primeiro dia, os participantes aparecem surpreendentemente desinibidos. No episódio inicial, há uma espécie de cerimônia de entrada na casa, quando todos os integrantes passam por um palco, com grande público em volta, e conversam com um repórter da Rede Globo. Neste momento, os participantes ainda são anônimos. No entanto, o público do entorno os ovaciona como se recebessem celebridades. E os integrantes do *BBB* respondem à altura: acenam, falam ao microfone com desenvoltura. Comportam-se tal qual celebridades.

É uma cena que materializa quase literalmente a ideia baudrillardiana de que, em um estágio hiper-real, cai a barreira entre o ator e o espectador, o personagem e o público. Os integrantes entram na casa já hiper-realizados. E a cerimônia de entrada

deixa explícito que os participantes do *BBB* são figuras hiper-reais. Pode-se dizer, com razão, que muitos já tiveram experiências na mídia antes. Mas há outros que são anônimos e o fato é que todos, sem exceção, desempenham com grande desenvoltura em frente à câmera.

A própria concepção do *BBB* já denota uma sociedade hiper-real. O simples fato de se jogar a realidade para o lado de lá da tela revela uma mudança de perspectiva, procedimento que embaralha o universo televisivo e o real. Isso vale para o *Big Brother* mas também para os demais *reality shows*, uma atração televisiva alinhada com a indistinção de polos que marca a simulação. Tecnicamente, este tipo de programa poderia ter-se multiplicado anteriormente. As primeiras experiências datam dos anos 70. Mas foi só recentemente, depois dos anos 2000, que os *reality shows* tornaram-se o fenômeno mais significativo da TV mundial. Baudrillard (2004, p. 20) comenta:

É aí, quando tudo se dá a ver (como em *Big Brother*, os *reality shows* etc.), que se percebe que não há mais nada a ver. É o espelho da banalidade, do grau zero (...) O equivalente de um *ready-made* - transposição tal e qual da *everyday life*, esta mesma já trucada por todos os modelos dominantes. Trivialidade de síntese, fabricada em circuito fechado e com tela de controle.

Sendo assim, o *Big Brother* reproduz o mundo simulado da hiper-realidade: vivemos todos confinados, em uma espécie de experimentação, numa existência banal - e um tanto falsa. Somos todos simulacros: temos as mesmas aspirações e atitudes. O capitalismo tardio nivela os indivíduos, desaparece com a alteridade e visa a criar um império do mesmo. A décima edição do programa foi denominada pelo apresentador, Pedro Bial, de *BBB* das diferenças, dada a presença de três homossexuais. Os participantes foram divididos em quatro tribos, procedimento que visava a organizar os jogos e provas do programa e, em tese, exaltaria as diferenças. No primeiro capítulo, os participantes são apresentados em clipes tais quais personagens, em que são retratados como portadores de uma identidade, de uma forma de ser específica que os diferencia como indivíduos.

No entanto, o que se observa ao longo dos capítulos do *BBB* são comportamentos extremamente parecidos. As ações e as falas dos integrantes relacionam-se basicamente a três assuntos: a disputa pelo prêmio (e os rituais do jogo); conflitos (alguns motivados pela convivência, outros especificamente pela disputa); sedução e sexo (participantes seduzindo-se entre si, comentando a beleza e os encantos de algum participante, referindo-se às opções sexuais de si ou dos demais).

Não só os *BBBs* abordam os mesmos assuntos, mas também emitem opiniões parecidas e transformam certas expressões e termos em jargões. Fala-se muito em

“afinidade” e na necessidade de “ser você mesmo”. Em tese, são discursos da diferença - cada qual possui uma identidade específica, um Mesmo diferente dos Outros, e estaria, no jargão do *BBB*, sendo o que é, emitindo opiniões e adotando atitudes coerentes com sua personalidade. De maneira geral, os *BBBs* criticam a falsidade, a superficialidade e valorizam o comportamento autêntico. E creem que o público espera deles atitudes verdadeiras e punirá a falsidade. São opiniões-simulacros, clichês repetidos à exaustão. Porém, as imagens veiculadas os mostram cada vez mais parecidos, seja nas reações, seja nos discursos. Enquadram-se, portanto, na definição de Baudrillard (1991a) do simulacro: o mesmo repetido. Neste sentido, mais uma vez, o *BBB* confirma a pecha de espelho da sociedade hiper-real: tomada de simulacros puros, iguais e sem vínculo com um ser, uma identidade.

Reconhece-se, claramente, nas cenas exibidas e no desenrolar do programa a intencionalidade de quem o produz, procedimento típico da simulação, em que as consequências já estão inscritas nas causas - estágio elevado do método da ciência moderna, que se aproxima e recorta o real a partir de hipóteses pré-estabelecidas e que visam a objetivos prévios de controle. Os integrantes do *BBB* não estão soltos, à vontade, liberados em sua espontaneidade. Há, por parte da equipe de produção, uma série de procedimentos voltados a ter controle absoluto sobre o que é veiculado. Isso já é perceptível na escolha dos participantes: jovens, extrovertidos, bonitos, desembaraçados; prontos para seduzirem entre si e entrarem em conflito. Depois, as regras de convívio, as provas da disputa, as intervenções do apresentador Pedro Bial e outras inserções estimulam conflitos e flertes, mas controlam os ímpetos de maneira que o desenrolar dos fatos ocorra tal qual pretendido. Finalmente, há a edição, que seleciona parte daquilo que é captado e o faz valendo-se de uma porção de efeitos de pós-produção, como trilha musical, ilustrações, entre outros.

Se os participantes são o mesmo, comportam-se de maneira semelhante, emitem um discurso repetido e tratam basicamente dos temas jogo, amizades e sexo; uma hipótese factível é de que o fazem porque a produção do programa assim impõe. Na verdade, há três hipóteses a este respeito: os participantes inevitavelmente girariam em torno de dois ou três assuntos ligados à convivência dentro da casa; ou eles assim o fazem por força da estratégia de controle da produção do *BBB*; ou, última opção, a gama de temas e de ações é ampla, mas no processo de edição a montagem só inclui aquelas cenas em que os participantes tratam de assuntos “quentes”.

Seja como for, o programa *BBB* veiculado pela Rede Globo em horário nobre tem o caráter de novela da vida real, expressão que já foi exaustivamente utilizada para descrevê-lo. É uma descrição que, sutilmente, remete a uma perspectiva que

desafia o diagnóstico do próprio Baudrillard de que o *reality show* resumiria-se a “espelho da banalidade”, possibilitando uma análise que evidencia o aspecto sedutor do programa.

5 A ESTRATÉGIA SEDUTORA DO *BBB*

Comentamos anteriormente a imensa promessa de transparência do *BBB*, com câmeras espalhadas por todos os aposentos e equipadas tecnologicamente para filmar mesmo no escuro. No entanto, embora a expectativa de um iminente desenlace inesperado e imprevisto, autêntico, não-encenado, o fato é que a produção do programa almeja reprimir qualquer espontaneidade. Bem observado, tudo o que envolve a produção do *BBB* é voltado a apagar e ocultar a realidade (tida no sentido moderno que a diferencia do imaginado). As câmeras espalhadas pela casa captam integralmente o real, mas apenas uma ínfima parte deste é exibido. Neste sentido, o *BBB* não revela e ilumina sua realidade interna, mas a esconde. Para cada minuto exibido, há horas e horas que permanecem ocultas. As 55 câmeras, operando 24 horas, captam 1.320 horas de imagens diariamente. Há uma promessa de transparência integral. No entanto, na prática, o que ocorre é o contrário: ocultação quase completa das cenas filmadas. E o que vai ao ar em nenhum momento tem o caráter de uma transmissão direta do real. A imensa maioria das cenas é editada por meio de técnicas ficcionais, que inserem ilustrações, efeitos sonoros e estabelecem uma relação de causa e efeito discutível. Não parece real, não há nada próximo a um efeito de real que caracteriza as produções audiovisuais que almejam um realismo e um naturalismo.

A estratégia de ocultação do *BBB* coloca um imenso véu sobre o pretense real. Faz crer que este real ainda existe - que, debaixo das cenas editadas, há inúmeros outros acontecimentos e que novos acontecimentos poderão ocorrer. Neste sentido, o programa alcança o efeito sedutor descrito por Baudrillard (1991b). A sedução é fruto de uma forma que desvia e reverte o movimento de progresso rumo ao hiper-real. Este é oriundo de um empenho de se colocar ainda mais realidade no real, procedimento ligado à sanha moderna de iluminar e significar toda a aparência como realidade e leva, contemporaneamente, a um real cada vez mais transparente e obscuro. É o caso da pornografia, que detalha e diseca a atividade sexual de tal forma que exhibe ângulos que mesmo quem pratica o sexo “normal” não está acostumado a ver. Em vez de desnudar, de tirar mais véus rumo ao real, o procedimento sedutor retira realidade, empilhando novos signos.

Contra-senso total dessa visão moderna e desencantada que considera o corpo como um objeto que só espera ser desvestido e do sexo como um desejo que só espera passar ao ato e gozar. Enquanto

que todas as culturas da máscara, do véu, do ornamento dizem exatamente o contrário: dizem que o corpo é uma metáfora e que o verdadeiro objeto do desejo e do gozo são os signos, as marcas que o retiram de sua nudez, de sua naturalidade, de sua “verdade”, da realidade integral de seu físico. Por toda parte é a sedução que tira as coisas de sua verdade. (BAUDRILLARD, 2004, p. 30)

O cerne da sedução é o jogo, a ambiguidade, a dúvida, a confusão, a ironia. Se a modernidade racionalista quer a certeza, a exatidão, a separação clara, a sedução vai almejar o contrário: a incerteza, a indistinção, o jogo, o desafio. A verdade exata moderna produz uma secção do real, ilumina a parte do objeto apta a ser medida com precisão, deixando de fora o simbólico, uma dimensão não-observável pelo método científico que é o essencial nas relações sociais. Portanto, o que nos resta é restabelecer essa dimensão simbólica, através de jogos de signos, no nível da linguagem. Para tal, deve-se reverter a ordem positiva da racionalidade que caminha para o hiper-real.

De certa forma, é o que se observa no *BBB*. Ao recobrir o real de signos da representação ficcional, o programa acrescenta irrealidade ao hiper-real e, de certa forma, retira realidade. Ao veicular somente uma ínfima parte das imagens captadas na casa - isto é, deixando todo o suposto “real” de fora -, sugere a existência de inúmeros fatos e acontecimentos. O contraste entre, de um lado, a promessa de transparência do real em direto e o imaginário de uma realidade integral e, de outro, o empilhamento de signos estranhos à ordem do real, camadas de imagens e técnicas ficcionais e midiáticas, abre uma rachadura de ilusão, uma brecha de dúvida com efeito sedutor.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um *reality show* como o *Big Brother Brasil* materializa a indistinção que é marca de uma sociedade hiper-real, dominada pela simulação. Todos somos um pouco atores, um pouco personagens. Se é possível montar um show de televisão protagonizado por pessoas “comuns”, é porque estas já têm a familiaridade com a câmera, o palco. Enfim, já estão hiper-realizadas. A ideia de separação entre a ficção e a realidade, o midiático e o real, o público e o privado é eminentemente moderna e está em declínio. Como vimos, os participantes do *BBB*, quando entram no programa, já são simuladores, figuras indistintas entre o autêntico e o representado. O que ocorre dentro da casa, portanto, não difere do que acontece fora. Há um momento em que a ideia do *BBB* como espelho do real se manifesta de forma quase literal: quando os participantes se reúnem na sala da casa para conversar com o apresentador, sendo que este aparece, na casa, em uma tela de televisão. Nestas tomadas que pegam os participantes olhando

para a tela, configura-se um espelho: eles estão olhando na direção do público e o público, provavelmente também sentado no sofá, olha os integrantes de volta. Ainda nesta perspectiva, o programa é reflexo do banal e do irrelevante. A sociedade hiper-real tem uma vivência sem sentido, sem acontecimentos, sem qualquer vestígio de originalidade.

Todas as ações são simuladas: um procedimento operatório que lembra esses modelos de simulação cada vez mais comuns na informática. Há ainda uma abertura, porém, para o autêntico e a ilusão vital que são os motores do social, desde que se reverta a progressividade e a positividade dominantes na modernidade. O caminho é o da sedução, jogo de signos, na dimensão da linguagem. No *Big Brother Brasil*, observa-se tanto simulação quanto sedução. De fato, percebem-se no convívio na casa e nas ações dos participantes sinais de uma sociedade hiper-real. Todavia, visualiza-se também, na estrutura e conteúdo do programa, o que o autor denominou de estratégia sedutora. O *BBB* sinaliza, de fato, o pertencimento a uma fase de avançada hiper-realização da sociedade, mas o conteúdo do programa, que se vale de artifícios de edição provenientes de produções ficcionais, de certa forma, obedece ao manifesto a favor da sedução.

A produção se vale de inúmeros efeitos de edição, o que gera um discurso que mescla signos da ficção com a transmissão de situações pretensamente reais. A transmissão do hiper-real, portanto, espelha a hiper-realidade. A edição, no entanto, revela apenas parcela do hiper-real. Dotada de signos da representação ficcional, acrescenta irrealdade ao hiper-real e, de certa forma, retira realidade.

Citamos antes que, para Baudrillard (2004, p. 20), no *reality show*, “tudo se dá a ver”. Ocorre que, de fato, quase nada se dá a ver, pois a imensa maioria das cenas permanece oculta, e aquilo que é veiculado aparece revestido de todas as máscaras das técnicas de edição. O *BBB* exalta mas também nega o real, promete a transparência, espontaneidade, e entrega encobrimento, finge descobrir e esconde. Traz a positividade e também a negatividade e produz um jogo e um desafio. O que deixa em aberto: o que atrai a atenção é o espetáculo do banal ou o jogo sedutor das aparências?

HYPERREALITY VERSUS SEDUCTION: the paradox of Big Brother Brasil

ABSTRACT

In this article, we turned Baudrillard against himself in the analysis of the TV show *Big Brother Brasil* (*BBB*). First, we developed the affirmation, made by the theorist himself, that

this reality show reveals the trivial condition characteristic of hyperreality. Next, we propose to overturn the initial argument by pointing the presence of a seductive power. Primarily, we not only revise some of the basic concepts of the French author's theory, but also show the path that led to the ascent and decline of the modern perception of reality.

Keywords: Reality show. Hyperreality. Communication.

HIPER-REALIDAD VERSUS SEDUCCIÓN: el paradojo de *Big Brother Brasil*

RESUMEN

Neste artigo, jogamos Baudrillard contra si propio en la análisis Del show *Big Brother Brasil*. Primero, elaboramos la afirmación, hecha por el propio Baudrillard, de que este reality show es apenas reflejo del estado de banalidad de una cultura hiper-real. Despues, hacemos una reversión en la argumentación y mostramos, en *BBB*, señales de un efecto seductor. En inicio, recuperamos algunos pontos de la teoría Del autor frances y presentamos el concepto moderno de realidad, lo que desaparece em la era de la simulación.

Palabras claves: Reality show. Hiper-realidad. Comunicación.

REFERÊNCIAS

- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991a.
 _____. **Da sedução**. Campinas: Papyrus, 1991b.
 _____. **A troca simbólica e a morte**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.
 _____. **A ilusão vital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
 _____. **Telemorfose**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DESCARTES, René. **Os pensadores**. São Paulo: Nova Cultural, 2000.
- HEIDEGGER, Martin. O tempo da imagem de mundo. In: **Caminhos de floresta**. Lisboa: FCG, 2002.
 _____. **Ensaio e Conferências**. Petrópolis: Vozes, 2008.
- KANT, Immanuel. **Crítica da razão pura**. São Paulo: Martin Claret, 2001.
- LOPES, Poliana. O espetáculo da vida real. **Observatório da Imprensa**, 2011. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=635DAC003>>
- MERRIN, William. **Baudrillard and the media**. Cambridge: Polity, 2005.
- NIETZSCHE, Friedrich. **A vontade de poder**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.

PLATÃO. **A república**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

SILVA, Juremir Machado da. Realidade virtual e perspectivismo irônico em Jean Baudrillard. In: **Ciências Sociais Unisinos**, v 43. São Leopoldo: Unisinos, 2007.

¹ Jogo de palavras com o loft, apartamento espaçoso com uma única peça, e o filme romântico *Love Story*, sucesso nos anos 70.

² "...higher mode of collective experience and meaning that transforms everyday individual life".
(Tradução nossa)