Revista Fronteiras – estudos midiáticos
VII(1): 31-38, janeiro/abril 2005
© 2005 by Unisinos

Reality houses

Suzana Kilpp[1]
Fabiano de Almeida[2]

Os domicílios que servem de cenário a *reality shows* do tipo *Big Brother Brasil* e *Casa dos Artistas*, aqui designados de *reality houses*, são necessários à efetividade dos programas. Mas são, também, lócus privilegiado de enunciações sobre a complexa casa televisiva. A Rede Globo e o SBT, respectivamente, aparecem neles moldurados com suas próprias idiossincrasias e seu modo peculiar de perceber a sociedade brasileira e a televisão. Como todas e qualquer uma, a casa televisiva se presta a que nela ocorram processos de sociabilidade e práticas identitárias. As *reality houses*, em particular, devem favorecer e dar a ver interessantes performances que são em grande parte engendradas por um grande olho eletrônico, cada vez mais onipresente na vida dos brasileiros.

Palavras-chave: casa televisiva, *reality houses*, práticas identitárias.

The domiciles that serve as a scenery to reality shows of the type Big Brother Brasil and Casa dos Artistas, here named as reality houses, are necessary for the effectiveness of the programs. But they are also a privileged locus of enunciations about the complex television house. Globo net and SBT appear, respectively, molded into them with their own idiosyncrasies and their peculiar way to discern Brazilian society and television. As all and anyone, the television house is useful to occur sociability processes and identity practices in it. The reality houses, particularly, must make it easier and allow the audience to see interesting performances that in a great measure are engendered by a great electronic eye, more and more present in Brazilians life.

Key words: televising house, reality houses, identities practices.

Los domicilios que sirven de escenarios a reality shows *como* Big Brother Brasil *y* Casa dos Artistas, *aquí designados de* reality houses, *son necesarios para la realización de los programas. Pero son, también, locus privilegiados de enunciaciones sobre la compleja casa televisiva. En ellos, La Red Globo y el Sistema Brasileño de Televisión (SBT), respectivamente, aparecen moldurados con sus propias idiosincrasias y su modo peculiar de percibir la sociedad brasileña y la televisión. La casa televisiva, como toda y cualquier casa, se presta a que en ella ocurran procesos de sociabilidad y prácticas de identidad. Las* reality houses, *en particular, deben favorecer y dar a ver interesantes performances que son, en gran parte, engendradas por un gran ojo electrónico, cada vez más omnipresente en la vida de los brasileños.*

Palabras-clave: casa televisiva, reality houses, *prácticas de identidad.*

[1] Professora Doutora do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).
[2] Bolsista BIC-Fapergs.

1

Casas são o cenário que melhor se presta à efetividade de *reality shows* do tipo *Big Brother Brasil* e *Casa dos Artistas*[3]. Ao longo do artigo, nós as designaremos com o termo *reality houses*, destacando que, enunciado como casa, o cenário deve realizar a promessa das emissoras de nos deixarem espiar a cotidianidade íntima dos jogadores, mas também, por extensão, ele sugere interessantes sentidos éthicos (identitários, éticos e estéticos) à casa televisiva, e é como ethicidade[4], como construção televisiva, que trataremos da casa que ambienta os dois programas.

O conjunto dos jogadores domiciliados é, em tese, heterogêneo, selecionado e constituído – na manifestação das emissoras – como amostra da irmandade brasileira (*BBB*) e de uma categoria profissional específica (*Casa dos Artistas*). Os craques dessa seleção, fraternidade ou corporação – confinada temporariamente na casa pátria ou na casa/lar – devem exibir-se para um público que os deseja espiar; mas também devem estabelecer entre si relações em certo sentido incestuosas, de aproximação e de rejeição, de cumplicidade e conspiratórias, e também para isso a concepção do cenário precisa contribuir decisivamente.

Consideramos que *brothers* e artistas vinculam-se funcionalmente à produção dos programas, pois sua participação não é uma atividade diletante, ainda que possa haver muito prazer envolvido. Os jogadores são trabalhadores temporariamente contratados, mediante remuneração e, como quase-atores de uma quase-novela, muito mais baratos e dóceis que os profissionais, não seria demais pensar, na moldura do *reality show* – e enquanto eles estão na casa –, que sua (novíssima) profissão é modelar performances do trabalhador brasileiro médio televisivo.

Nesses termos, *reality shows* (e programas afins) estão sendo um balão de ensaio de novas relações de trabalho[5], e sua enorme proliferação deve relacionar-se também a isso. Assim entendido, é importante frisar que a casa enunciada como domicílio é atravessada por sentidos de *working environment* e de laboratório que raramente são detectados na espectação habituada dos programas.

Lembremos, porém, que, mesmo se e quando a palavra casa designa desde a nossa casa e a nossa pátria até a casa/lar dos artistas, a casa comercial do construtor, as casas lotéricas, etc, trata-se sempre da designação de lugares identitários. Por isso, a *reality house* é lócus privilegiado para se perceberem alguns importantes sentidos enunciados pelas emissoras aos processos de sociabilidade e a práticas identitárias em mundos televisivos.

2

A presença de câmeras e microfones em todas as dependências confere às duas casas evidentes e desejáveis características panópticas e voyeuristas. Mas a análise das *reality houses* em questão evidencia também fundamentais diferenças entre a casa (vigiada e espiada) enunciada pela Rede Globo e pelo SBT, sendo que elas já são perceptíveis na concepção de origem dos dois cenários.

2.1

Os mais de 1.000 m² da *reality house* de *BBB*, erguidos do chão em 55 dias de trabalho, são parte da base física das produções da Rede Globo, o Projac. Localizada no bairro de Jacarepaguá, no Rio de Janeiro, implicou um curioso artifício cenográfico com a finalidade de dissimular o estúdio ao qual a casa está anexada: um painel, afixado ao telhado, simula uma verdejante cadeia montanhosa e impede que o jogador veja, nas adjacências, os demais estúdios que compõem o complexo. Assim, a *reality house* de *BBB* – que precisa ser percebida como tal, pois entre o conjunto de molduras do programa[6], ela é fundamental para os sentidos do jogo

[3] Este artigo resulta da pesquisa "O voyeurismo televisivo: molduras, molduração, emolduramentos". Da equipe participa ainda Álvaro Constantino Borges (BIC-Unisinos).

[4] Ethicidades são seres (pessoas, objetos, fatos, durações, acontecimentos) que a TV dá a ver como tais, mas que são, na verdade, construções televisivas.

[5] Às emissoras (e ao mercado, em geral) interessa a prática estratégica de contratos de caráter temporário, especialmente se trabalhadores os *desejam* tanto quanto empregadores. Aliás, *reality shows* têm se prestado para experimentar várias novas relações, não só de trabalho.

[6] Molduras são quadros de experiência e significação de seres televisivos, as ethicidades. As imagens audiovisuais de TV são sintetizadas em panoramas tipicamente televisivos, instaurados a partir de um compósito de molduras sobrepostas: canal, emissora, gênero, unidades autônomas (programas, promos, anúncios), programação (grade matriz, grade e programação em fluxo), panoramas televisivos e molduração intrínsecas a eles (ver Kilpp, 2003).

Fronteiras.pmd 32 3/6/2005, 10:29

relacionados ao voyeurismo – instaura-se de saída como um híbrido de casa e *set*, lócus de morar e trabalhar.

A intimidade dessa casa é espiada tecnologicamente, pela TV, conforme se enuncia desde o promo do programa, do qual destacamos o seguinte *frame*, uma trama de monitores e olhos de câmera, com imagens televisivas dos participantes sobredesenhadas e legendadas eletronicamente:

A *big house* remete à *big* Globo e, apesar de ser apenas uma pequena parte do Projac, como cenário de *BBB,* enuncia a *unidade institucional* das Organizações Globo: tanto a TV – composta por Núcleos, Departamentos e Centrais da TV, cada vez mais envolvidos no *reality show* em questão – quanto outras empresas de comunicação e negócios afins (Som Livre ou globo.com, por exemplo), são partes que podem até ser ethicamente distinguidas, mas nunca realmente separadas. Elas se tornam mais compreensíveis quando vistas sob uma perspectiva holística e, se o globo emerge de cada uma, o conceito adquire consistência e significação na totalidade orgânica enunciada pelas partes.

É assim que, na Rede Globo, os atos e falas de um apresentador de programa são diplomáticos, consulares. Em *BBB*, o jornalista acima de qualquer suspeita Pedro Bial[7] representa, por delegação, a instituição imaginada, e seus atos, ainda que pessoais e espontâneos, nunca deixam de ser percebidos como impessoais, objetivos e neutros como os de quem representa, e é assim que lida com regras, formas de disputa, interdições.

Ou seja, como tudo que a emissora veicula, a *reality house* de *BBB*, dirigido pelo Boninho e apresentado por Bial, é impregnada pelo Padrão Globo de Qualidade e por tudo o que isso implica: ela é *clean* (asséptica).

2.2

Ocupando uma área de extensão quase igual à ocupada pela do programa concorrente, a *reality house* de *Casa dos Artistas* foi, na origem, uma residência de fato, independente dos estúdios do SBT. Localizada no bairro Morumbi, em São Paulo, ela teve apenas que passar por um processo de adaptação: 45 dias para nela instalar 38 câmeras e 52 microfones.

Assim como é impossível não inscrever significativamente a *reality house* de *BBB* no Projac e na estética *clean* da TV Globo, não há como pensarmos a casa dos artistas sem inscrevê-la no personalismo que comanda o SBT. Portanto, achamos bastante significativo que a *reality house* do Sistema Brasileiro de Televisão se encontra no mesmo bairro e não muito longe da residência de Silvio Santos: talvez um dos últimos capitães de empresa em atividade no Brasil, é em torno de sua pessoa que todos os elementos da emissora giram.

Por isso, também entendemos que *Casa dos Artistas* não é uma unidade autônoma, mas, marcadamente, desde seu início, ainda por outras razões que seria abusivo comentar aqui, um quadro dentro do programa que é o carro-chefe da emissora: o Programa Silvio Santos.

Senhor absoluto, o dono da emissora e seu mais importante apresentador, Silvio Santos – nome artístico e persona[8] de Senor Abravanel – faz as regras e as descumpre no ar, se quiser, mantendo jogadores no programa, por exemplo, ou introduzindo novos quando o jogo já vai longe. Afinal, ele é o grande padrinho dos artistas brasileiros – o povo –, e é como tal que ele atrai para si, quase que exclusivamente, todas as manifestações dos jogadores confinados na *Casa*, e os jogadores, sujeitos a sua constante tutela, são alvo tanto dos seus afagos quanto de suas censuras e admoestações. É assim também que aos artistas são repassadas e comentadas as fofocas e as notícias sobre eles, em geral publicadas em tablóides[9], a partir do que têm condições de avaliar seu comportamento no interior da *reality house* e, se quiserem, adequar sua performance.

---

[7] Pedro Bial, por certos atributos da persona que representa, e que foram analisados noutro artigo (*Grandes irmãos artistas: a brasilidade reality e os ritos de pessoalização na TV*), é investido temporariamente desse poder diplomático, assim como de resto todos os apresentadores de programas da emissora.

[8] Na verdade, todos os apresentadores de TV constroem-se idiossincraticamente como personas – personagens televisivos deles mesmos.

[9] As informações transmitidas aos *brothers* por Pedro Bial não são muito diferentes dessas. Em grande parte, elas têm o mesmo tom e são, repetidas vezes, francamente escatológicas. Todavia, molduradas pelas ethicidades Pedro Bial e Central Globo de Jornalismo,

Fronteiras.pmd 33 3/6/2005, 10:29

É interessante reforçar a relação dessa prática identitária com a natureza da *reality house* do SBT e os processos de sociabilidade que a ela estão relacionados. De acordo com o que já vimos, tratava-se de uma residência já existente em um bairro paulistano, com vizinhança nominal. Casual ou não, tal opção de cenário é bastante afim à ethicidade da emissora: a pessoa, em detrimento do indivíduo, é a tônica das relações firmadas entre SBT e os seus espectadores. *Casa dos Artistas* participa – e enuncia – esse *ethos*, no qual reconhecemos claramente o compadrio brasileiro[10].

Mas é preciso lembrar que tais sentidos da *reality house*, mais próximos aos sentidos comuns de casa, interessam particularmente ao SBT por uma outra razão: a moradia é um dos maiores prêmios ou objetivos de um conjunto de negócios do Grupo Silvio Santos, que vão desde o Baú da Felicidade até o Banco Panamericano, cuja logomarca é justamente uma casa com os dizeres "Plano Minha Casa Nosso Lar".

Por tudo isso, não é de estranhar que se espia a intimidade da *Casa* pelo buraco da fechadura, como se enuncia em todas as portas da *reality house* do SBT. A enunciação inicia já no promo do programa, no seguinte *frame*, por exemplo, no qual vemos um esboço de casa ao qual a palavra "artistas" é quase circunscrita:

Como poderemos ver nos próximos *frames*, é particularmente significativo que a 'porta' que divide o dentro e o fora, e por cujo buraco de fechadura se espia, também conecta a *reality house* com o palco de Silvio Santos, cuja centralidade é sempre reiterada:

3

A relação dos domiciliados com o mundo exterior é sempre visualizada para o espectador na figura do apresentador do programa, que é com quem eles falam e quem vêem ou ouvem[11]. Mas, como vimos, em *BBB*, Bial representa e sintetiza o conjunto neutro de câmeras e microfones da Rede Globo e, em *Casa dos Artistas*, Silvio Santos representa o personalismo do SBT que é por ele mesmo pautado. Essa interlocução se dá em conjunto (os jogadores reunidos conversam com o apresentador, e, nesse sentido, ela é pública) e individualmente (quando cada jogador dá em segredo o seu voto para o paredão, e, nesse sentido, ela é privada). Vejamos primeiro o lugar da interlocução privada.

Nas duas casas, ela ocorre em cômodos significativamente diferentes, ambos fundamentais para o desenrolar do jogo. Em *BBB*, o voto é dado naquele que é considerado o recinto mais importante da casa, o confessionário, o que tem inúmeras implicações que não cabe aqui desenvolver[12]. Em *Casa dos Artistas*, verificamos que esse procedimento tem lugar num dos quartos de dormir: em frente ao espelho de uma cômoda – por trás do qual se encontra uma câmera –, cada artista bate papo com Silvio Santos, para quem formula e justifica o voto.

O ato de conversar com ou através de um espelho é prenhe de significados, e a natureza peculiar dessas imagens trans-especulares deve merecer uma análise muito delongada e original. Por ora interessam, sobretudo, quem são os sujeitos da interlocução e o fato de a conversa

[10] As noções de pessoa e indivíduo estão propostas aqui nos termos de DaMatta (2001, por exemplo, mas também em outras obras suas), e relacionam-se respectivamente com as noções de casa e rua que discutiremos mais adiante. No artigo citado na NR5, sua implicação nos *reality shows* em pauta é largamente abordada.

[11] De fato, essa interlocução nunca é face a face, e só é possível graças aos aparelhos instalados nas casas. Nas imagens-síntese dos panoramas, as mediações tecnológicas tendem à invisibilidade.

[12] Essa análise está largamente desenvolvida em outro artigo: "O confessionário *reality* de *Big Brother Brasil*", publicado na Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. XXVII, n. 2, de julho/dezembro de 2004.

Fronteiras.pmd 34 3/6/2005, 10:29

acontecer no quarto de dormir, um dos cômodos mais íntimos de qualquer casa. Na intersecção de imaginários de vários mundos, podemos encontrar aí uma remissão ao pai convocando o filho com vistas a escarmentá-lo. A essa referência podemos associar também os arquétipos sacrificiais, decorrentes da escolha de um membro do grupo, bode expiatório que, indicado à autoridade suprema, será eliminado a fim de que a tensão social acumulada pelas faltas coletivas seja dissipada. Se o quarto é o lugar da confidência e do castigo, é a câmara, confidencial, em que se decide *quem* vai para o sacrifício.

A predominância dos planos fechados reforça a dramaticidade da decisão que o jogador deve tomar, enquanto as perguntas provocativamente debochadas de Silvio Santos acentuam a amoralidade e a luxúria do voto e, por extensão, do íntimo e do secreto. Essas molduras, sobrepostas, liquefazem todos os sentidos primeiros.

À interlocução privada do dormitório da *Casa*, vamos contrapor então a conversa pública, em sua sala, que é espaço de trânsito e, como o jardim e a cozinha, importante lugar de encontro dos jogadores.

Salas são, por excelência, o lugar do aparelho de TV, que foi tantas vezes enunciado como um de nós, aquele que conecta o nosso espaço privado ao espaço público[13]. Na sala *reality* também há uma TV, um monitor, na verdade, através do qual o apresentador e os jogadores são colocados face a face para a interlocução, um corpo eletrônico face a face com outros corpos eletrônicos. Essa TV *reality* é, curiosamente, visivelmente autoritária e visivelmente auto-referenciada, patética insinuação a uma auto-suficiência imaginada. Como se estivessem numa bolha asséptica – asseptizada de qualquer dimensão pública – os jogadores têm acesso a imagens (as de Pedro Bial e as dos familiares, via Bial) que jamais alcançam além do seu próprio *show*.

Na *reality house*, portanto, a TV descortina mundos *reality*. Em mundos televisivos, em fantásticas casas *reality*, vivem *brothers* e artistas cujo trabalho e diversão é criar performances que agradem à audiência e que a inspirem a existir, na TV e como na TV. Implica aceitação e naturalização da multiplicação eletrônica de nossos corpos e sujeição à ordem televisiva dos corpos televisivos – a ordem performática dos *reality shows*.

4

Na disputa pela liderança, as duas emissoras em questão têm notáveis e compreensíveis preocupações com grandes audiências, o que as obriga, cada uma à sua maneira, a levar em conta o *ethos* imaginado dessa audiência idealmente constituída de uma multidão anônima de indivíduos brasileiros, sendo que, como exportadora de programas brasileiros, a TV Globo tem atuado mais fortemente do que o SBT na configuração explícita dessa brasilidade.

Ao colocar no ar pela primeira vez a *Casa dos Artistas*, subitamente, sem anúncio prévio, como um quadro de seu programa, Silvio Santos personalizou, como era de se esperar, o *reality show* que a Endemol – e a Globo, compreensivelmente, como subsidiária dela no Brasil –, patenteou e defende como formato seu. Mas também a Globo personalizou o formato, nos termos já comentados de sua impessoalidade institucional, e, acrescentamos agora, no mesmo sentido da marca brasileira da emissora.

Com isso, estamos chamando a atenção para a existência de um nexo entre o *ethos* dos programas e o *ethos* idealizado do público idealizado das emissoras, tido aqui como a brasilidade televisiva[14] de cada uma delas. Assim, também as moradias – no que podem e devem contribuir para tensionar e relaxar os jogadores, e ainda deixar ver as performances que criam nas relações que entre si estabelecem – são remetidas várias vezes ao lar brasileiro.

Mas, ainda que muito diferentes entre si, inclusive em relação aos protagonismos enunciados pelas emissoras à própria TV e às personas televisivas, ao brasileiro-indivíduo e ao brasileiro-pessoa, observamos, em grande medida, nas duas *reality houses,* a repetição de fenômeno já constatado por DaMatta em relação à cultura brasileira: pensadas como casa pátria, nelas os sentidos de casa e rua distinguem-se apenas complementarmente e se harmonizam no outro mundo, sua síntese.

> *Conforme tenho mostrado desde que aprendi que casa e rua constituíam uma oposição básica na gramática social brasileira, não estamos aqui diante de um contraste rígido e simples, dado por substâncias invariantes contidas em cada termo, mas frente a um*

[13] A TV, que no início levava para dentro de nossa casa o que estava fora dela, quis depois estar dentro e fora, ao mesmo tempo, na sala. Agora, cada vez mais, a casa toda é que está dentro dos mundos televisivos – inclusive os quartos de dormir – um ser tão televisivo como o são seus moradores.

[14] As enunciações sobre a brasilidade são analisadas especialmente noutro artigo, já citado na nota de rodapé 7.

Fronteiras.pmd 35 3/6/2005, 10:29

par estrutural que é constituído e constituinte na própria dinâmica de sua relação. (DaMatta, 1991, p.19)

Vejamos mais de perto cada uma dessas ethicidades.

4.1

Não há maneira de negarmos a dimensão familiar que é estimulada pela espacialização das duas moradias e pelo regramento de seu uso. A força centrípeta da casa, a distribuição e função dos cômodos e a organização das atividades domésticas favorecem sobremaneira o surgimento de certas relações e vínculos, quase sempre tradicionais. Mesmo os pactos temporários e as alianças encetadas em função do jogo têm a ver com o imaginário de casa e remetem a inúmeras formas de disputa que ocorrem no seio de uma família[15].

Aliás, é muito difícil pensarmos casa dissociada de alguma forma de família, primeira e fundamental fonte de projeção de valores os quais, por sua vez, dada a proximidade dos seus membros, interessa que sejam compartilhados ao máximo.

> *Na casa ou em casa, somos membros de uma família e de um grupo fechado com fronteiras e limites bem definidos. Seu núcleo é constituído de pessoas que possuem a mesma substância – a mesma carne, o mesmo sangue e, conseqüen-temente, as mesmas tendências. Tal substância física se projeta em propriedades e muitas outras coisas comuns. A idéia de um destino em conjunto e de objetos, relações, valores (as chamadas "tradições de família") que todos do grupo sabem que importa resguardar e preservar* (DaMatta, 2001, p. 23-24).

A *reality house*, porém, é uma casa transparente e vigiada, sob a tutela da Rede Globo e de Silvio Santos, como já vimos, o que lhe confere, e a cada membro da família *reality*, uma segurança *reality*: ela é quase inviolável por quem não faça parte da produção e, internamente, a agressão física é severamente punida com a expulsão do agressor. Por outro lado, graças às mesmas condições, o ajuizamento público intermitente (dos outros jogadores e da audiência) condena cada participante a um incessante estado de vigília, pois sua segurança (permanência na casa vigiada) está sempre sob forte ameaça. Isso assemelha a *reality house* à rua, quando os jogadores enfrentam perigos que são próprios da rua, quando somos qualquer indivíduo sujeito à má sorte da lei e à má sorte da exclusão social: *Como um rio, a rua se move sempre num fluxo de pessoas indiferenciadas e desconhecidas que nós chamamos de 'povo' e de 'massa'* (DaMatta, 2001, p. 29). A elas se aplica a Lei, na razão inversa de seu acesso à Justiça.

Essa experiência proporcionada pelas casas *reality* é, portanto, muito significativa: de um lado, a familiaridade e a segurança da casa; de outro, mas ao mesmo tempo e pelos mesmos meios, a ameaça iminente da rua. Salientamos, porém, que a privacidade da casa é invadida pela publicidade congênita à rua e que o privado é a fonte do que será exposto e tornado público na rua. Ou seja, não há nenhum sentido de público (seja como esfera social, coletiva, da opinião pública ou como qualquer coisa – a *res* – pública) na rua *reality*: há apenas a publicização da casa *reality*. Talvez pudéssemos dizer, então, que, mais do que um par estrutural, a casa e a rua *reality* são uma manifestação emancipatória da TV em relação a qualquer estado de direito que não o da própria televisão.

4.2

Além das enunciações de casa e de rua, em tais termos, nos é permitido interceptar um terceiro código para a *reality house*, o de outro mundo, assim comentado por DaMatta:

> *Somos um povo que acredita profundamente num outro mundo. E o outro mundo brasileiro é um plano onde tudo pode, finalmente, fazer sentido. Lá, não haveria mais sofrimento, miséria, poder e impessoalidades desumanas. Todos seriam reconhecidos como pessoas e, ao mesmo tempo, leis universais (...) seriam válidas para todos. Todos teriam valor (...). O outro mundo tem muitas formas e são vários os caminhos de se chegar até ele no Brasil. Mas, por detrás de todas as diferenças, sabemos que lá, nesse céu à brasileira, é possível uma relação perfeita de todos os espaços* (DaMatta, 2001, p. 117-118).

Com relação à cultura brasileira, o autor ressalta que esse código focaliza a idéia de renúncia ao mundo (com suas dores e ilusões) e tenta sintetizar os outros dois

[15] Não são raros os exemplos do espírito agonístico que, com vistas à preferência dos progenitores (no caso, dos irmãos artistas e do público), por exemplo, pode eclodir e trincar as relações entre irmãos: a história de Caim e Abel talvez seja arquetípica neste sentido.

Fronteiras.pmd 36 3/6/2005, 10:29

(DaMatta, 1991, p. 53). Nos *reality shows* em questão, ele pode ser pensado como um limiar entre mundos televisivos e outros mundos (com suas dores e ilusões), aos quais se *renuncia* pelo menos enquanto participante dos programas.

Mas a *reality house* de *BBB* compara-se ainda, nos termos da própria TV, a um outro mundo, estelar e ao qual se é lançado de uma plataforma – do Projac, talvez –, nos termos sugeridos pela fala de Bial na abertura da terceira edição do programa: *Salve, salve, bem-vindos à plataforma de lançamento da nave* Big Brother Brasil *3. Olha, o time escalado para esta edição é uma verdadeira seleção brasileira do* Big Brother*: só tem craque – 14 feras – correndo atrás de 500 mil reais...*

Como vemos na mesma fala, a *reality house* é também enunciada como alojamento dos craques[16] que, por causa de um particular talento, da sorte ou por uma confluência bastante feliz das duas coisas, conseguiram se alçar acima dos limites que sujeitam o conjunto indistinto da massa populacional brasileira. É assim que, noutros momentos, Bial os festeja como "heróis", referindo-se talvez a uma espécie de bravura que cerca a mística dos *self made men*, e é como tais que lhes é concedido, por um breve tempo, estar no Olimpo televisivo, onde eles têm, em comparação com a maioria dos brasileiros, uma vida muito boa – quase paradisíaca – confortável e, em grande parte, ociosa.

Como síntese da casa e da rua, interessa-nos ressaltar que o outro mundo televisivo alcança-se com performances ajustadas a essa síntese: com corpos treinados pelo e para o olho eletrônico (o buraco da fechadura, os grampos de telefone, as câmeras de vigilância, a televisão). É assim que os escolhidos conseguem, em maior ou menor proporção, participar dessa espécie de sucedâneo da eternidade que é a fixação e reprodução eletrônica de seus corpos. Ao menos por algum tempo mais, se lhes assegura uma certa transcendência, graças à preservação de suas imagens nos arquivos e nos bancos de dados mantidos pelas emissoras. Mesmo quando o tempo as encobrir, assim como estão hoje, com o véu do esquecimento, os *remakes* de que a TV tanto gosta podem operar miraculosas formas de ressurreição televisiva, inclusive em outras casas, ruas e mundos.

5

Com já tão diversos e complementares sentidos da *reality house* – decorrentes do compósito de quadros de significação em que os programas a situam como espaço – é necessário ainda circunstanciá-la à sua duração: o somatório dos tempos de TV de cada edição dos programas em que a casa está no ar, ainda que implicitamente. É só então que ela de fato existe como *tal* ethicidade, pois, fora desses tempos, o cenário pode até estar ali onde esteve ou estará, mas televisivamente não existe. Ou seja, só existe *reality house* se o *reality show* que a enuncia como tal está presente nos panoramas televisivos, ainda que implicitamente. É, portanto, uma ethicidade de visibilidade descontínua, mas implícita, nos panoramas, como os cenários de alguns programas de TV (novelas e séries, por exemplo), contudo se mantém como a ethicidade casa em todas as edições; e, além disso, sua duração é desigualmente fragmentada, nos termos peculiares em que esses *reality shows* se estruturam em diferentes tempos de TV.

6

A *reality house* é um (não) lugar de trânsito, em que se passa no máximo um certo tempo, e é como viajante ou hóspede que o jogador deve se comportar. Mas, nela, [nos não-lugares] os lugares se recompõem, as relações se reconstituem e o astucioso cotidiano se reinventa, como nos lembra Marc Augé (2003, p. 74-75). Assim, se a *reality house* como casa enunciada favorece práticas identitárias, como não-lugar de fato, ela também e simultaneamente favorece práticas desidentitárias. Levados a construírem seus corpos eletrônicos a partir das complicadas características da *reality house,* os jogadores dão a ver interessantes aspectos da subjetivação contemporânea.

Se, como diz Stuart Hall (2003, p. 12), o próprio processo de subjetivação tornou-se hoje mais provisório, variável e problemático, e o sujeito é composto de várias identidades, algumas vezes contraditórias e mal-resolvidas, percebe-se que, na *reality house*, a multiplicação, fragmentação, sobrecolagem e dissipação dos lugares identitários corresponde de perto a uma multiplicação, fragmentação, sobrecolagem e dissipação do sujeito como o conhecíamos antes. Mas, no enquadramento da Rede Globo e do SBT e nas performances mais fluidas de

[16] Paradoxalmente, os *craques* podem ser *qualquer* brasileiro, é importante frisar, assim como qualquer um pode ganhar na loteria, e essa enunciação é muito próxima do imaginário brasileiro de igualdade de oportunidades, ao qual está associada a mística do jeitinho, da malandragem e do compadrio como soluções pessoais para o crônico problema social brasileiro.

Fronteiras.pmd 37 3/6/2005, 10:29

brothers e artistas, lembramos também o velho jeitinho brasileiro de lidar com a alteridade. É assim que entendemos que abrasileirar *reality shows* tem incluído, para o bem e para o mal, uma boa dose da malandragem brasileira.

Referências

AUGÉ, M. 2003. *Não-lugares*. São Paulo, Papirus, 112 p.
DAMATTA, R. 1991. *A casa e a rua*. Rio de Janeiro, Guanabara Koogan, 177 p.
DAMATTA, R. 2001. *O que faz o brasil, Brasil*. Rio de Janeiro, Rocco, 126 p.
HALL, S. 1999. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 3ª ed., Rio de Janeiro, DP&A, 104 p.
KILPP, S. 2003 *Ethicidades televisivas*. São Leopoldo, Unisinos, 240 p.

Fronteiras.pmd 38 3/6/2005, 10:29