

Big Brother: invasão e evasão de privacidade na TV (I)

RAYMUNDO DE LIMA*

*"Antes as pessoas eram famosas por algo que fizeram. Agora, são famosas pela fama em si mesmas. Fama virou atributo moral nesse país".
(Do filme "Ed TV")*

A chamada televisão aberta vem colocando o ganho pela audiência acima de qualquer princípio ético-moral e estético. Já sabemos ser ela um veículo narcísico, isto é, a TV vive do espetáculo visual. A história ou a notícia tem papéis secundários. Na telinha o que é visto não é necessariamente o que deveria ser mostrado. Nela, a parte o sistema capitalista na qual se fundamenta, há uma sobre ideologia que domina: o belo, o exagero, o grotesco, a manipulação maniqueísta do Bem contra o Mal e o descartável.

Na televisão brasileira, o que falta de interesse em elevar a cultura do povo sobra em preocupação estética (onde o belo pode ser belo, mas também pode ser grotesco¹). Ninguém duvida que fazemos as melhores teledramaturgias do mundo. Mas, seu foco principal de preocupação é saber como proporcionar mais entretenimento, isto é, "o circo". Onde não há pão que pelo menos tenham

circo. A entrevista de Silvio Santos à revista Veja, anos atrás, revela qual ideologia que norteia a TV brasileira, diferente daquela realizada na Inglaterra e demais países europeus.

Com o atual modismo do "realismo show" (reality show) dos programas, No Limite, Casa dos Artistas, Big Brother, etc. a televisão aboliu de vez o tênue limite entre o real e o virtual. Em No limite, a sobrevivência era algo racionalizado ou calculado para os participantes, o fundo ecológico exótico ajudava na gratificação visual do espectador. No Casa dos Artistas, chamou a atenção o fato dos voluntários reclusos conviverem numa casa com tudo – menos uma biblioteca. Já no Big Brother, para compensar a falta de uma biblioteca na casa, os participantes podem levar um livro.

O que há de comum nesse tipo de programa é que todos os candidatos abrem mão de sua privacidade e é



* **RAYMUNDO DE LIMA** é Psicanalista e professor da UEM.

¹ Modiz Sodré chama essa tendência de "estética do grotesco".

autorizada transgredir a privacidade alheia. Os espaços físicos e psicológicos são invadidos a todo o momento. Um exemplo mais forte do Big Brother que causou constrangimento entre os participantes e na audiência, foi quando o grupo entrou no carro para testar a resistência física e psíquica para ganhar o carro, o que só foi conseguido após 14 horas de permanência dentro do veículo. Tudo isso quando somada a uma hollywoodização de cenário, dando a ilusão ao telespectador estar tendo acesso ao "mundo real" dos outros como se fosse o "mundo verdadeiro". Qualquer ingênuo sabe que há algo de teatralismo histérico e exibicionismo dos participantes, já que todos sabem que estão sendo filmados, mas um quantum de gozo é obtido em ver. O voyeurismo banal e compulsivo do telespectador certamente é maior (76%) que qualquer interesse científico ancorado na Psicologia Social, Antropologia ou Sociologia, até porque os personagens são uniformes² (do meio artístico, logo mesma linguagem, mesma banalidade, etc.) não tem história diferente pra contar e muito pouco podem oferecer de lição de vida.

Alguém levantou uma hipótese que diz que o reality show está se apropriando das pulsões perversas voyeuristas do público que assiste tais programas. Há uma outra que vê na televisão em geral um poder extraordinário de mudar hábitos podendo até mesmo criar uma nova moral. O panóptico televisivo do "realismo show" mistura-se ao suspense hitchoquiano; o banal vira uma expectativa de novidade, as cenas explícitas de pré cópula entre participantes que se afinam são mais

interessantes que a cópula em si. Enfim, o que interessa para a inteligência que conduz o programa é a audiência, prender a atenção do telespectador, consumir as imagens, potencializá-las em produtos de venda. No fundo, só existe esse tipo de televisão porque há um público faminto de intimidades alheias. É um time de solitários que goza em exercer seu voyeurismo. Com a "TV realidade", o voyeurismo saiu do universo vergonhoso (ou ser vergonha?); saiu da psicopatologia social e ganhou um espaço industrializado, publicamente aceitável e lucrativo.

Suspeito que os programas de realismo show teriam se inspirado nos experimentos de Psicólogo Social, décadas atrás por P. Zimbardo, filmados primeiro em laboratório e agora reprojeto em uma casa montada, filmado a maior parte das situações e depois levada pela TV com a autorização dos participantes. Aqui passou no GNT, em 3 partes, com o nome de Zoológico Humano, onde o interesse parecia ser mais científico que comercial. Tanto nos programas comerciais como naqueles cuja finalidade é a pesquisa científica sobre o homem x sociedade, o fator determinante é o olhar do espectador; se este for treinado, ou se tiver interesse teórico-reflexivo ou em fazer uma leitura de como o ser humano lida com as situações de/em grupo, quem é feito líder, quem é feito "carneirinho" que apenas obedece, etc., vale a pena acompanhar e discutir.

Também o filme, Ed TV, conta a primeira experiência, nos EUA, do "realismo show" na televisão. Executivos ávidos por audiência a

² A tendência desses programas é expor pessoas que possuem uma linguagem uniforme e interesses mais ou menos padronizados. Tanto em Casa dos Artistas como em Big Brother, não há um participante que verdadeiramente

representa os extratos mais baixos da população e mesmo das diversas profissões. A grande maioria tem vínculo com o meio artístico ou é artista.



qualquer preço contratam um rapaz extrovertido para ser seguido por câmeras, que, ao vivo, transmite para o público sua aventura no cotidiano, suas relações familiares, enfim, uma pessoa comum e as situações banais da vida, ganham status e visibilidade televisiva. Mas, o que no início era só necessidade de ganhar um dinheirinho e curtidão da juventude, em pouco tempo a vida de Ed torna-se um inferno. O "Ed pessoa" se confunde com o "Ed protagonista" da televisão. Num primeiro momento "Ed pessoa" não se importa de promover sua privacidade – a evasão de privacidade. Após ter passado esse momento de euforia narcísica, Ed começa a ser sentir tragado pelo protagonista; ele nunca havia se preparado psicologicamente para fazer sumir sua identidade pessoal como um fato social marcado pelo desejo dos outros (digo, dos executivos da TV e do público que o acompanha com entusiasmo). Gradativamente a sensação de esvaziamento de sua própria identidade e a sensação de estar 24 horas sendo perseguido pelo olhar persecutório do público e da câmera como sua sombra, leva-lhe a um estado crítico de

pré-psicose. Mchullan havia previsto esse fenômeno ao dizer que todos querem ter o seu segundo de fama. Mas, como ele não era psicanalista e nem psiquiatra, não previu as consequências psicopatológicas dessa exposição full time de quem não tem vocação nem foi preparado para suportar tal exposição.

Ora, o ser humano precisa tanto de uma certa dose de exposição social como também de privacidade, que é a condição de sua própria sobrevivência psíquica. Sem a privacidade, qualquer sujeito pode ficar louco. Aliás, é um mínimo de privacidade que nos garante a nossa condição de sujeito. O contrário é o eu (ego). Em psicanálise, o sujeito é "o sujeito do desejo" que Freud descobriu no inconsciente. Enquanto que o eu (ego) se situa em um eixo imaginário em oposição a sua própria imagem (o pequeno outro, de Lacan), "o sujeito existir na linguagem". Ou a fórmula de Freud, pensando um processo de psicanálise: "Onde está o império do instinto animal, o sujeito humano deverá advir".