

O cuca improvável, seus assistentes e o teórico da feijoada. Os hiper-rituais da convivialidade em um reality show

Fernando Andacht

RESUMO Muito tem sido escrito sobre o reality show *Big Brother Brasil* como um dispositivo pós-moderno de controle da sociedade de mercado e trabalho flexível, e sobre seu voyeurismo e exibicionismo. Este artigo visa analisar outro elemento, a encenação televisiva da identidade nos rituais cotidianos do programa. Na quinta edição ganhou saliência a convivialidade na sua manifestação culinário-gastronômica. Cenas de preparo e consumo de comidas serviram para temperar a identidade dos participantes mais populares. A visão recorrente do convívio hiper-ritualizado foi rica em materiais indiciais para a reflexão sobre o autêntico e sobre a identidade pessoal e nacional, dois ingredientes centrais do formato televisivo.

ABSTRACT Much has been written on the Big Brother Brasil reality show as a postmodern control apparatus in a society ruled by the market and an increasingly flexibilized labor force, as well as on its voyeurism and exhibitionism. This article aims at analyzing another aspect, the televised self-enactment of identity in everyday rituals of the program. In the fifth edition, the culinary-gastronomic dimension of conviviality gained high visibility. Scenes of preparation and consumption of meals served to season the identity of the most popular participants. The recurrent vision of the hyper-ritualized banquets was rich in indexical materials for the reflection on authenticity and on personal and national identity, two central ingredients of this TV format.

RESUMEN Se ha escrito mucho sobre el reality show *Big Brother Brasil* como dispositivo postmoderno de control social de mercado y ejemplo de flexibilización laboral, y sobre su voyeurismo y exhibicionismo. El artículo intenta analizar otro elemento, la puesta en escena televisiva de la identidad en los rituales cotidianos del programa. En la quinta edición se destacó lo convivial en su manifestación culinário-gastronómica. Escenas de preparación y consumo de comidas sirvieron para sazonar la identidad de los participantes más populares. La visión recorrente de los banquetes hiper-ritualizados fue abundante en materiales indiciales para la reflexión sobre lo auténtico y sobre la identidad personal y nacional, dos ingredientes centrales del formato televisivo.

PALAVRAS-CHAVE/ KEY WORDS

- Reality show
- Encenação da identidade (Self-enactment)
- Hiper-ritualização televisiva (TV hyper-ritualization)

A não tão discreta dimensão do convivial no Big Brother Brasil 5

Um típico subproduto midiático do reality show *Big Brother Brasil (BBB)* encontra-se na seção Artes e Espetáculos da revista *Veja* (6/04/2005), onde se descreve o triunfador da quinta edição do programa da Globo. Sob a manchete “O Embaixador Gay”, há uma grande imagem fotográfica de ‘Jean’, o apelativo intimista popularizado pelo reality, sem sobrenome. A imagem é o resultado de uma montagem explícita.¹ Ela o apresenta com uma grande coroa e drapeado com o emblema da reivindicação gay, a bandeira do arco-íris. Em duas páginas, descreve-se o impacto da sexualidade do professor baiano, no âmbito interno da micro-sociedade de *BBB5*, e no externo da coletividade brasileira, em particular no “movimento gay, que adotou Jean como herói”. Nesse número da revista há mais uma evidência da atenção jornalística focada na dimensão sexual do fenômeno televisivo. Num espaço visual saliente da seção Gente, vemos o corpo moreno, quase nu e deitado com sensual abandono, de “Natália”, outra ex-participante de *BBB5*. Desta vez a imagem não é trucada, ela parece ter migrado diretamente das páginas brilhantes da *Playboy*, a revista na qual, o leitor é informado, a exuberante moça posou nua. A prática tem virado uma neo-tradição no caso das mulheres mais próximas ao cânon erótico contemporâneo. Essa incursão no erotismo comercial é quase um epílogo gráfico do vídeo amador que os aspirantes a morar na casa do Projac devem enviar para o casting.

Não haveria nada de surpreendente, portanto, na dupla referência de *Veja* à sexualidade e ao erotismo no reality show. Contudo, o presente texto propõe a idéia de que, em *BBB5*, tão central como os apetites da carne e a voluptuosidade dos participantes malhados foi o apetite das carnes, da feijoada e dos outros saborosos pratos servidos. O âmbito culinário foi decisivo na boa imagem dos participantes; preparação e rituais do consumo da comida foram centrais e associaram-se a altos índices de aprovação daqueles. Outrossim, a exuberante cenografia do convívio virou

peça constitutiva da encenação do si próprio dos moradores da casa. Quando câmeras e microfones não descansam, toda presença física e discurso pessoal não pode não virar uma mais ou menos espontânea encenação da identidade. Com ou sem intenção de exibir para o público algum aspecto distintivo de si mesmo, cada gesto e cada palavra, de modo automático, acrescenta a dramaturgia espetacular da identidade quer pessoal quer nacional.

Embora a representação do convívio e do convívio atingiu um nível de proeminência em *BBB5*, a cena alimentar tem sido sempre algo mais do que um pano de fundo no formato televisivo. Um balanço mínimo das abordagens da crítica e dos estudos de comunicação no Brasil ao reality show produz os seguintes quatro eixos temáticos:

- a) a pedagogia audiovisual da exclusão segundo a economia de mercado (Feldman2005);
- b) o dispositivo panóptico de vigilância e voyeurismo (Abeche et alii. 2002);
- c) a encenação da luta moral entre o bem e o mal (Janine 2005a);
- d) a imagem da decadência social na adesão a anti-valores no reality (Abramo 2003)

O presente estudo focaliza uma dimensão ainda pouco abordada, porém central num show do cotidiano como *BBB*: a celebração recorrente do comum, do corriqueiro, daquilo que é quase invisível na vida de cada dia por ser tão evidente. Notadamente, isto inclui a representação da identidade no que ela possui de mais singela. Através de uma mutação espetacular nesse formato televisivo, o comum atinge um patamar estético extraordinário. Na mídia em geral, os rituais cotidianos sofrem uma transformação, eles são ritualizados, eis a noção de “hiper-ritual” que Goffman (1979, p.26) propôs na análise da representação fotográfica publicitária do masculino e do feminino. As poses dos modelos fazem com que as imagens transformem “práticas comportamentais ritualizadas” (id.) em exibidores (*displays*) persuasivos que geram a emulação do público. Em vez de focalizar o exibicionismo erótico, visto analisar o ato exibidor que celebra o comum no *BBB5*, o qual resulta da conjunção de cerimônias reais – o preparo e consumo de alimentos como rituais brasileiros e idiossincráticos – e do *hiper-ritual* – a filmagem e a edição glosada e musicada desses rituais. Cabe lembrar aqui uma oportuna advertência de Janine (2005b): a crescente participação do público faz do *BBB* um fenômeno que “merece ser pensado (...) isso diz muito sobre a sociedade em que vivemos”.

Sem minimizar o evidente propósito comercial do formato de TV, o argumento defendido aqui é que os hiper-rituais culinários e conviviais produzem no espectador uma reflexão sobre a identidade individual e coletiva (Hartley 2004). Num trabalho anterior (Andacht 2004b), eu propus estender a análise da recepção do talk show de Ellis (1996, p. 48) ao reality show, pois a noção freudiana de “perlaboração” aplicada àquele gênero pelo pesquisador inglês explica como “o material [recebido] não é processado em um produto acabado, mas é continuamente problematizado até que seja esgotado”.² No *BBB5*, um lugar da casa ocidental tradicionalmente encoberto nos bastidores virou palco privilegiado para as revelações do si próprio que, no formato, dependem menos do conteúdo das falas através de símbolos, que das expressões do corpo através de índices (Andacht 2003a). Assim, a cozinha do *BBB5* transformou-se num confessionário não oficial, isto é, não desenhado pela produção com tal finalidade, porque aquele espaço fechado e individual, de fato, não chegou a adquirir essa função catártica e intimista no reality show brasileiro, ao contrário do que aconteceu em outras produções da região.³

Sobre os efeitos de peptonizar o si próprio num reality show

O estranho termo no título da seção foi extraído de uma reflexão de William James, quem o usou para definir a relação entre pensamento e realidade:

Nós podemos entrevê-la [a realidade], mas nunca podemos segurá-la; o que seguramos é sempre algum substituto dela, que algum pensamento humano prévio tem peptonizado e cozinhado para nosso consumo. [Nós] poderíamos até dizer que onde quer que a encontremos, ela já tem sido adulterada [*faked*] (JAMES, 1963 [1906], p. 109, grifo do autor)

Conforme o dicionário Webster de 1912, ‘peptonizar’ significa “transformar em peptona; digerir ou dissolver por meio de um fermento proteolítico, como na comida peptonizada”. Embora não concorde com o relativismo da conclusão – a suposta adulteração inevitável do real – tomarei emprestada a metáfora alimentar de James para descrever o processo pelo qual os participantes mais populares de *BBB5* dedicaram boa parte do tempo a temperar e peptonizar, literal e figuradamente, sua identidade. Eles o fizeram num espaço idôneo para essa tarefa, o âmbito culinário-gastronômico, a cozinha

e a mesa do reality. Utilizo a metáfora ‘peptonizar’ para descrever o esforço universal humano de aperfeiçoar o si próprio, não para necessariamente enganar ou adulterar a real identidade, mas para se apresentar de um modo legítimo e aceitável na sociedade perante os outros. A cena alimentar social é descrita por Boutaud (2005, p.15) como um “teatro gourmand”, onde o espaço da comunicação duplica o do consumo. Nem eróticos nem sexuais, os abundantes atos conviviais televisados no *BBB5* foram centrais na interação face a face; eles exibiram a Jean, Pink, Grazie e Sammy absortos na preparação de alimentos e nos cuidados da conduta decorosa na mesa onde são consumidos. A coreografia dos corpos no teatro gourmand de *BBB5* forneceu matéria prima para a perlaboração da audiência com respeito aos afetos, à procurada autenticidade e à identidade brasileira, por ex. através da atitude de alguém que encenou e afirmou assim sua pertença a sua nação adotiva. Nenhum desses assuntos representados pelo corpo mais do que pela palavra pode ser descrito como erótico; aqueles trataram de questões tão comuns e brasileiras como a feijoada, e tão universais como o vínculo amistoso descrito como ‘*philia*’ pelos gregos. Talvez esses momentos midiáticos e seus homens, parafraseando uma frase célebre de Goffman (1991), sejam uma rude tentativa comercial de promover “uma forma de turismo da ordem de interação” (Andacht 2003a, p.75), no entretenimento televisivo do século XXI.

Este trabalho faz parte de uma pesquisa que acompanhou *BBB* do início, e que inclui comparações regionais, análises imanentes e de recepção. O estudo me levou a propor a noção de “atração indicial” (*index appeal*) como elemento chave na descrição da significação distintiva do formato televisivo.⁴ O efeito de sentido indicial decorre da prevalência do tipo de signo que possui uma relação existencial com seu objeto, o real representado. Em contraste com o sex appeal dos signos icônicos nos filmes da idade de ouro de Hollywood, a particularidade do reality show enquanto formato consiste na prevalência dos índices que são exalados corporalmente, sem intenção comunicativa oficial. O dono da voz, quem se exprime, é o corpo do participante, de quem deve morar na região micro-social onde é gerada a normalidade cotidiana, mas deve fazê-lo em condições anormais. Goffman (1991) batizou o espaço de co-gestão cotidiana, do face a face, “ordem da interação”. No *BBB*, a região do convívio é alterada no próprio ato de filmá-la; esse espaço carece dos bastidores onde as pessoas se ocultam para ensaiar (ou peptonizar) a apresentação do si próprio. As regras do reality show ampliaram a região do face a face de maneira monstruosa: não há como fugir do agon incessante de expressões e impressões. Portanto, a tarefa corriqueira de produzir uma impressão

aceitável ante outros, quando ela acontece ante um público enorme que vota a favor ou em contra dos moradores de *BBB*, vira um beco sem saída.

Um conceito teórico paralelo ao de *index appeal* é o de “visualidade háptica” proposto por Marks (2000, p. 138), para analisar documentários experimentais.⁵ A noção está na base de uma “epistemologia tátil” própria da estética pós-colonial, a qual visa recuperar a experiência do corpo a corpo na percepção visual. Nesses filmes, símbolos e ícones subordinam-se à significação de proximidade dos índices, os quais criam uma “relação mimética” com o mundo, “uma forma de representação baseada em um contato particular em um momento particular que evoca a presença do outro materialmente” (ibid.). Nas suas margens, o campo audiovisual háptico inclui a pornografia (Marks 2000: p.151). Sugiro que ele poderia também incluir a representação indicial do reality show. A relação corporal do cinema experimental prioriza o contato do espectador com a textura das imagens antes que com o relato tecido por elas. No caso de *BBB*, o efeito visual háptico surge pela densidade indicial de reações corporais que acontecem em uma ordem de interação cuja representação foi distorcida para entreter, e não para explorar os limites da poética narrativa audiovisual.

O esforço constante e palpável dos participantes por peptonizar o si próprio é iatrogênico: ele possui um efeito semiótico secundário indicial indesejado que se sobrepõe às imagens e às palavras. Cozinhar e comer são instantes nos quais o elemento indicial parece afogar os outros componentes da comunicação humana. O específico de *BBB* enquanto reality show provém da prevalência do índice, que se baseia numa relação existencial cujo objeto, segundo Peirce (CP 6.318),⁶ não pode ser definido porquanto

Ele é existente enquanto seu ser não consiste em qualidades, senão em seus efeitos – no fato dele realmente agir e receber a ação, na medida em que esta ação e este sofrimento perdurem. Aqueles que experimentam seus efeitos o percebem e o conhecem através dessa ação; e nisto justamente consiste seu próprio ser. Não é ao perceber suas qualidades que as pessoas o conhecem, senão ao sopesar, ali e então, sua insistência.

Embora a oferta do real televisado de *BBB* seja ambígua e duvidosa, os corpos reunidos sob um olhar implacável encontram-se lá para virar índices viventes cujo efeito háptico-visual é sofrido pelo espectador. Esse reage corporalmente sopesando a

insistência indicial, e assim vira, ele mesmo, um índice, o qual, do ponto de vista epistemológico, gera uma forma de “conhecimento carnal” (Andacht 2003a: p.75). No público, há uma busca incessante do autêntico no comportamento expressivo-corporal dos participantes, cujos rastros são recolhidos, quase tocados e certamente sentidos, tanto quanto observados. Dois extremos éticos e estéticos do universo audiovisual contemporâneo, a estética experimental fílmica e o reality show comercial, recuperam a função de contato do órgão tradicional de distância no Ocidente. O morador de *BBB* pode se esforçar por criar uma imagem popular (ícone), com uma fala sedutora (símbolo), mas o básico desse formato acha-se nos rastros audiovisuais que ficam como evidência delatora (índice), e acompanham o ato de peptonizar a identidade. Esse é o material do encontro visual-táctil (háptico) com a audiência, que curiosamente, no *BBB5*, aconteceu num lugar tão pouco glamouroso como a cozinha da casa sem bastidores, conforme veremos agora.

A irresistível ascensão do improvável cuca Pink

Era uma vez uma rapariga que veio do Nordeste, e que “por ser rebelde e abusada” (Abramo 2005b) conseguiu re-encantar a secular prisão cinzenta e doméstica de Cinderela, a temida e opressora cozinha. Esse poderia ser um relato resumido da ascensão de Pink no *BBB5*, quem chegou de Recife para abrir mão do espaço encantador da academia, onde tradicionalmente as beldades do reality aperfeiçoam seus encantos nas máquinas cosméticas da região “antefrontal” (Meyrowitz 1989, p. 47) disponível no jardim. Pink recuperou o lugar que renunciaram as musas do reality show, que preferem passar o tempo no templo do corpo sarado, no cartão postal de *BBB* junto à piscina. Num ato insólito, a excêntrica jovem pernambucana percorreu um caminho de emancipação feminina que não incluiu a renúncia do culinário. Numa cena do vídeo-(real)-clipe titulado ‘Cozinhando com a Pink’ que serviu para apresentar a convidada de honra em *Mais Você*, assiste-se a várias cenas de alegre confusão protagonizadas por um cuca experto e caótico na condução da cozinha, cujo método Pink descreve assim: “Eu faço tudo com muito amor, por isso dá certo”. Uma das imagens a mostra malhando não sem auto-ironia com as panelas de seu colorido reino culinário. Num espaço ao qual são convidados os mestres cucas mais notórios do Brasil, Pink demonstrou duas coisas: primeiro, para surpresa do público e deleite do apaixonado louro José, que a cabeleireira não fazia a menor idéia do saber culinário; e segundo, que isso não tem a menor importância. Ao menos não a tem na “região média” (*middle region*), onde acontece o

primordial da comunicação televisiva, conforme a tese neo-goffmaniana de Meyrowitz (1989, p. 47). Nem a intimidade recatada dos bastidores, nem a formalidade altiva da fachada, o próprio do meio televisivo é sua leve ocupação de uma região informal e pública, intimista e aberta, a região média. Sem ser uma teórica da comunicação, a animadora de *Mais Você* parece ter compreendido bem a lição, e após conhecer o segredo de Pink, não só não exclui a moça do estúdio, mas a introduz com orgulho na cozinha, para executar o hiper-ritual da preparação improvisada de panquecas à *BBB5*.

Não é pouco relevante que o apogeu desse improvável cuca aconteça numa cozinha simulada e real como a moradia de *BBB*. Naquele dia, Pink cozinhou realmente sem realmente saber cozinhar, ao menos conforme as normas culinárias tradicionais. O mesmo poderia se afirmar da imagem grave da enfermeira que, com rosto sisudo nos faz calar, do clássico retrato hospitalar. Sem ser da profissão, a modelo a (hiper-)ritualiza com eficácia, até melhor talvez do que o faria uma verdadeira integrante desse grêmio. Se o ator teatral é aquele que faz de conta que é alguém perante pessoas que fazem de conta que ele é esse que ele apenas encena,⁷ no âmbito do autenticamente falso, então os participantes do reality show encarnam a representação do falsamente autêntico. Numa encenação artificial do cotidiano que visa produzir ‘efeitos especiais’ – o falso – surgem inevitáveis e ubíquas as expressões e reações corporais que, como o teimoso suor animal, são independentes de nossa vontade. A matéria bruta indicial das emoções tangíveis de pessoas enclausuradas produz, apesar de tudo, os signos do autêntico que são procurados pelo público. Dessa fala do corpo já dá conta o narrador de *Quincas Borba*, quando descreve o breve contato de dois personagens: “Teófilo... estendeu-lhe a mão; estava fria. Ninguém finge as mãos frias; devia padecer de veras” (Machado de Assis 1997 [orig. 1892], p. 182).

A singular ocupação da cozinha por Pink gerou expressões não verbais que marcaram seu lugar não repetível e distante do estereótipo que, paradoxalmente, foi seu passaporte ao programa. Uma moça jovem e dedicada com afinco ao cultivo do visual – seu apelido provém da escolha obsessiva do rosa para seu vestuário – não parecia anunciar ao público uma candidata provável a ocupar o âmbito culinário. Sem competência nem predisposição, o rumo seguido pela mulher nordestina produziu índices reveladores de sua identidade tão tangíveis como as comidas que ela preparou. Enquanto índice, o fato mesmo de ocupar e de agir do modo em que ela agiu na cozinha atua

como um dedo que aponta [e] exerce uma real força fisiológica sobre a atenção, como o poder de um mesmerizador (CP 8.41); [ao] capturar os olhos de seu intérprete e com força os levar para o objeto significado (CP 5.554).

Não trato aqui de louvar uma atitude da participante, nem da produção do programa, senão de descrever um comportamento que, simplesmente, como um suor semiótico, acontece em qualquer lugar, até em um espaço híbrido que combina shopping, estúdio e casa, qual seja, o bizarro âmbito construído no Projac. Pink virou popular ao atuar em um lugar onde ela pôde peptonizar seu si próprio de modo eloqüente. Lá ela apresentou sua identidade oposicionista, e ela o fez através de expressões corporais mais confiáveis que as palavras. No âmbito do falsamente autêntico, os quatro participantes aqui considerados criaram para o público a impressão de encontrar-se perante um Outro real que resistia ao clichê puro, ao modelo visual tão procurado pelo casting. Na singela ação de resistência do si próprio gerou-se um espaço propício para a perlaboração que deu notoriedade à cabeleireira pernambucana e a seus amigos chamados de “Defensores” naquela edição do programa.

Dois fieis assistentes do cuca descascam cebolas e cultivam *philia*

De que falam três pessoas enquanto descascam cebolas e alhos na cozinha, absortos nessa modesta tarefa? Eis outro momento privilegiado do ainda recente turismo televisivo da ordem da interação, que oferece como prato do dia visitas guiadas à alma pós-moderna patrocinado pelo formato de TV. Com ar materno e cúmplice, Pink acompanha a tarefa de seus habituais assistentes de cozinha, Jean e Grazie.⁸ De um nível inicial de comunhão fática (Malinowski), o cimento universal da convivialidade, sua fala foi virando mais pessoal e, aos poucos, o professor baiano confessou sentir ciúmes de Pink. Em seguida, ele esclareceu que eram ciúmes específicos, não sexuais, de amizade:

Jean – Eu cheguei a sentir um bicho de ciúmes e solidão ...

Pink – Nossa! Quem?

Jean – Eu senti, por ti, mas são de amizade, não da mulher não!

Pink – Mentiiiiira! [isso é dito com tom encantado, seguido de risos e da

aproximação afetuosa a Jean para abraçá-lo]

A representação televisiva da fala trivial e ritual dos participantes na cozinha a transforma num hiper-ritual da amizade, o que nos lembra de que

é em situações sociais que os materiais para o trabalho celebrável deve ser procurado, materiais que podem ser modelados numa representação e que não estão já prontos para o olho e o ouvido e o momento. (Goffman, 1979, p.1).

Nas esquisitas condições de convivência próprias de *BBB*, as pessoas não podem deixar de exprimir corporalmente suas emoções ante o olho infatigável de câmeras que nunca dormem. Nessa situação, a atuação e o preparo coincidem: não há onde se esconder para ensaiar a expressão justa no âmbito sobre-observado do reality show. Fabricada ou espontânea, a voz do corpo indica de modo reativo o que, de fato, acontece no espaço convivial televisado, como na cena culinária citada antes.

A troca de expressões no ato de preparo da comida, na cozinha de *BBB5* foi um exemplo insólito do sentimento amoroso de *philia* descrito por Platão no *Lysis*. A *philia* consiste em uma atração não erótica, baseada na reciprocidade do afeto, e na busca espiritual da genuína natureza humana, daquilo que nos pertence, mas que, paradoxalmente, nos falta. O afeto mais básico (*proton philon*) é procurado nisso que restabelecerá nossa completude natural (*phusei oikeion*).⁹ Não se trata, como explica Jean, de um apetite ou desejo sôfrego, mas do afeto sentido pelo outro por ser esse outro. Talvez seja uma ilusão ótica, mas poderia ser uma pérola no esterco, uma peripécia incomum num formato criado para visibilizar o sórdido e grotesco no âmago da existência comum. Até no páramo do real distorcido assiste-se a aparição do oásis de um vínculo real. Ele manifesta-se nos gestos, na coreografia corporal que vai junto à fala como um vazamento indicial que, enquanto fato, “luta por abrir-se caminho para sua existência” (CP 1.432). Nem sequer a temível maquinaria da TV comercial mais poderosa consegue deter a fugaz e tímida irrupção indicial do afeto.

A cena culinária lembrou-me de uma experiência inaugural na observação do fenômeno *BBB*, em março de 2002. Numa sala do Gasômetro de Porto Alegre, um deputado do PT organizou uma mesa redonda sobre *BBB*. O espaço completamente lotado era uma indicação do impacto sócio-cultural naquele momento. Depois de ouvir os sinais previsíveis de pânico moral e de acirrado questionamento de psicólogos e

educadores, surgiu a voz do diretor de cinema Jorge Furtado. Quiçá influenciado pelas críticas, ele começou riscando-se, e enfraqueceu seu lugar de fala: afirmou não assistir a TV. Parecia estranho que sequer opinasse sobre o recente *BBB1*. Mas, aos poucos, Furtado atenuou sua indiferença e comentou ter assistido a algum episódio, e notado algo original, até interessante: a representação audiovisual da fala espontânea de mulheres enquanto elas cozinhavam. O diretor gaúcho considerou que, não obstante a óbvia exploração da intimidade, *BBB* tinha conseguido, por um instante, algo semelhante ao cinema neo-realista do pós-guerra do século XX: a representação audiovisual de um instante autêntico do cotidiano de modo diferente ao da ficção tradicional.

Sem esquecer que o reality show alveja explorar com impiedosamente conflitos, namoros efêmeros, e conspirações na casa observada, é inegável que acontecem momentos excepcionais nos dois sentidos do termo, como aquele que chamou a atenção de Furtado. Entre as jovens e o professor baiano houve índices de uma corrente de amizade sem outro fim que a própria relação, naquela hora ao menos. Foi talvez uma transgressão discreta das regras do formato televisivo, e do grande prêmio final para quem melhor as obedeça. Curiosamente, o público e a crítica jornalística ocupam-se, a seu modo, de ponderar os raros instantes no regime do falsamente autêntico nos quais, contra suas próprias expectativas, brilharia fugaz a luz do real. Um exemplo disso é um comentário da autora de várias críticas ferrenhas contra *BBB*, na *Folha de São Paulo*. Com uma mistura de ironia desencantada e moderada esperança, Abramo (2005b) escreve sobre “os amores impossíveis do *Big Brother*”, e sugere um vínculo de *philia*: “Parecia que algo ‘de verdade’ estava se passando ali, que se abriu magicamente a possibilidade de viver várias relações, inspiradas pela intensidade da amizade entre Jean e Pink”. Sua atitude não difere muito da observada em um estudo de recepção (Andacht 2004b). A busca do autêntico é uma motivação constante no interesse do público de *BBB*.

Um sisudo teórico nissei da feijoada

No último exemplo do presente artigo, o nissei da casa de *BBB5*, Sammy, age como um teórico do prato nacional brasileiro, e ele quase perde sua amiga na empreitada. ‘Teoria’ provém de ‘*teoros*’,¹⁰ o inspetor visual de sacrifícios na Grécia clássica cuja tarefa era supervisionar que as regras se cumprissem. Um evento culinário estabelecido do *BBB* é o banquete que oferece um morador com seu dinheiro falsamente

autêntico. Com Z\$ 250 (estalecas), segundo o cartaz que aparece na parte inferior da tela, o único filho brasileiro de japoneses dessa edição oficial de sumo sacerdote num ritual que constitui o clímax do nacional e do convivial no Brasil: a feijoada. Os efeitos de toda cerimônia são “uma afirmação das prescrições sociais básicas [como] uma variante religiosa ou secular da função dos mitos” e “uma apresentação das doutrinas fundamentais sobre o homem e o mundo” (Goffman 1979: p.1). Ambos fazem parte do hiper-ritual que produz euforia na casa. O caráter mítico da ocasião fica evidente graças a um incidente inesperado: sua amiga Pink tenta transgredir o ritual; ela é reprimida e parte frustrada, sem fruir do banquete brasileiro por excelência, para se refugiar na relativa privacidade do dormitório. A sacra sintaxe da cerimônia foi violada e reparada ritualmente.

O incidente do episódio titulado pela produção ‘A Feijoada de Sammy’ parece mínimo, inclusive para os parâmetros habituais de *BBB*. Porém, ele serve para destacar o exibidor da identidade nacional, muito mais do que o exibicionismo do corpo individual. Com visível orgulho, ao pé da esplêndida mesa que homenageia aos convidados e à prática que não conhece dissidentes em todo o território nacional, o nissei celebra sua pertença à nação, em seu papel de guardião da feijoada. “Maria senhora de Deus!” exclama o anfitrião com deleite, ao contemplar a mesa farta servida no jardim, que é seu don. No momento de eclosão do hiper-ritual, chega displicente Pink e dirige-se à mesa dos doces. Estende a mão, enquanto comenta que ela começará por lá o banquete. A reação é fulminante: “a formiga ataca sempre o doce”; tal o veredicto inapelável do teórico. É apenas o começo. Quando a amiga lhe pergunta se pode comer um doce (“tu deixa?”), vem o ditame: “Não, por que você não come a feijoada? Depois a gente come a sobremesa”. Ferida na gula e na auto-estima, Pink virou seu corpo com violência na direção contrária, e proferiu um “Brigada!” seco e incisivo como um tapa. Assim a moça de rosa renunciou estoicamente à delícia do banquete ao ar livre, e refugiou-se na solidão, enquanto Sammy anunciou solene ao grupo já disposto na mesa do banquete: “A gente tem que começar pela feijoada”. Não é falta leve transgredir o maior exibidor do convivial, e menos ainda se o ritual é transformado pelas câmaras da TV num espetacular hiper-ritual. O uso da expressão nominal coletiva ‘a gente’ nunca foi tão inclusivo como no instante mítico de expressar o respeito ante uma comida que é bem mais do que isso. Tudo tem limites, expressa o corpo inflexível do “ninja ensaboado”, conforme o apelido dado pela produção do programa.

Nem uma moça “rebelde e abusada” consegue ficar longe do ritual por muito tempo. Seu retorno acontece ao som do pagode “O feijão de Dona Nenem”. O hiper-ritual visual da comida que é um motivo da alegria irrestrita de ser brasileiro junto aos outros recebe o apoio hiper-ritual musical de Zeca Pagodinho. Sua letra fala do anseio do narrador por saborear a delícia culinária, e gera um efeito especular. Conta-se o incidente do convidado que descobriu que se ele queria comer, devia primeiro fazer um pesado trabalho, o qual reflete e distorce com humorismo o incidente na mesa de *BBB*. Pelo uso de uma expressão coloquial, Pink perde sua condição humana (ela parece uma “formiga”). Tal é a repreensão pela sua tentativa de subverter a ordem mítica materializada na feijoada. Não se pode começar pelo fim (sobremesa), mas deve-se terminar nesse ponto. O corpo de Sammy está lá para garantir que a falta não aconteça; seus índices ríspidos o impedem.

Conclusão: sobre os efeitos de peptonizar o si próprio no *BBB*

Do começo do polêmico espetáculo do real na TV, o bem mais procurado pelo público tem sido a presença fugidia e ambígua “do comum, do real e do honesto” (Corner 2004, p. xiii). Difícil negar o voyeurismo e o exibicionismo no *BBB*; o que é discutível é saber se isso constitui o que é distintivo ou específico do formato. Considero que sua particularidade está na representação do convivial e do convívio. O indicial no âmbito do reality é mais poderoso que os intuitos da produção, p.ex., que a inclinação a explorar melodramaticamente o exótico, o erótico e o excêntrico, através do evidente trabalho da edição. Como a umidade, os índices que exalam os corpos observados se sobrepõem à grandiloquência planejada; aqueles relatam outras histórias mais modestas e relevantes, que são usadas para a perlaboração da identidade e dos índices na vida própria do público.

Os três episódios analisados são triviais, e afastam-se do padrão de cartão postal que revistas como *Veja* difundem. Nem o temível panóptico, nem o erotismo exibicionista, o que caracteriza essas cenas é o fato delas serem exibidores do cotidiano, do regime crônico que tem como clímax cíclico e gastronômico a succulenta feijoada. Na ordem da interação hiper-ritualizada da TV passa-se a tarefa infundável de peptonizar o si próprio. No *BBB5*, isso aconteceu num lugar singelo, a cozinha. No trabalho de Sísifo de se apresentar, surge o material indicial que alimenta a perlaboração do público. Atos comuns como cozinhar e comer, sístole e diástole da supervivência, permitem

contemplar o âmago da vida quando ninguém está olhando, tal é a essência do âmbito do falsamente autêntico no reality. As suspeitas de um roteiro oculto e a evidência inegável da exploração dos corpos enclaustrados na casa de *BBB* perdem algo de sua primazia. O indicial não pode não acontecer, do contrário seria como supor um ser humano sem sombra, sem suor. Das minúcias da interação é que se alimenta o público, quando ele tenta diferenciar entre o fabricado e o realmente comum, i.e., ao procurar o autêntico na interação observada. Além da pertença a uma minoria sexual ou étnica (Jean e Sammy), ou de encarnar estereótipos femininos pitorescos e atrativos (Grazie e Pink), o decisivo desses participantes foi sua reação singular ante situações concretas, e a do público perante aquela. Trata-se do surgimento sempre inesperado e excessivo do real enquanto resistência muda mas eloqüente, e simultaneamente do virar testemunha dos fatos, cuja condição é reagir a outros num ciclo infundável. A sucessão de ações e reações constitui o objeto do conhecimento carnal exercido e saboreado pelo público, através do contato corpo a corpo com a comunicação visual háptica do reality show.

Em um estudo recente sobre o impacto de *Big Brother* na sociedade australiana, Hartley (2004) desafia o bom senso ao comparar a comédia de Shakespeare *A megera domada* e o reality show de Endemol. Sua justificativa é que ambos os espetáculos eram não apenas

cheios de júbilo e diversão, senão que eles tinham a ver com importantes assuntos contemporâneos relativos à formação de identidade, incluindo a cidadania, ao comportamento doméstico, e ao controle de si próprio. (Hartley 2004: p.304)

Considero que essas questões identitárias aparecem nos três episódios analisados. A ascensão do cuca improvável Pink como afirmação do si próprio na adversidade, o abrir da exótica flor da amizade entre ela, e os participantes Jean e Grazie, nesse âmbito de feroz concorrência, e o sacrifício ritual de pertença à nação brasileira de Sammy, constituem três exibidores espetaculares do que há de mais comum na vida de cada dia. Os mitos contemporâneos vazam através dos índices corporais, e ocupam o palco mais cobiçado e de maior controle na era pós-moderna, o local vigiado noite e dia de *BBB*. Lá, entre câmeras insones e microfones indiscretos, os rituais do cotidiano encarregados de afirmar as doutrinas da convivência doméstica e da nação transformam-se em um espetáculo atraente; os mitos conseguem protagonizar a cena e achar quem os mantenha

com vida e vigor, para maior glória da sociedade globalizada e nacional de nosso agitado tempo.

Referências

- ABECHE, R et al. (2003). “Mídia, Reality Show e Subjetividade”. Retirado no 10/05/03 de http://www.estadosgerais.org/terceiro_encontro/abeche-perversida.de.shtml
- ABRAMO, B. (2003). “O nada, o nada”. *Folha de São Paulo*, 13/04/2003
- ABRAMO, B. (2005). “Os amores impossíveis do Big Brother”. *Folha de São Paulo*, 27/03/2005
- ANDACHT, F. (2001). “Prozac, meios e máfia: o amanhecer de uma nova subjetividade”. *Lugar Comum*, 13-14, 177-196.
- _____. F. (2003a). *El reality show*. Buenos Aires: Norma.
- _____. F. (2003b). “Uma aproximação analítica do formato televisual do reality show Big Brother”. *Galáxia*, 6, 245-264.
- _____. F. (2004a). “De l’ irresistible indice-appeal d’ une attraction global”. In: E. HOOG (ed.). *Les temps télévisuels. Big Brother*. Paris: L’ Harmattan, 43-91.
- _____. F. (2004b). “Fight, love and tears: an analysis of the reception of Big Brother in Latin America” In E. MATHIJS & J. JONES (eds.) *Big Brother International*. London: Wallflower Press, 123-139.
- _____. F. (2005a). “Duas variantes da representação do real na cultura midiática”. *Contemporânea*, 3-1, 99-126.
- _____. F. (2005b). “Representaciones de lo real mediático en el Brasil contemporáneo”. *Cuadernos del Claeh*, 90, 28-44.
- BOUTAUD, J. J. (2005). *Le sens gourmand*. Paris: Jean-Paul Rocher.
- FELDMAN, I. (2005). “Big Brother prepara a sociedade de controle”. Retirado no 24/03/05 de *Trópico Audiovisual TV* de: <http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/2537,1.shl>, 23/02/2005
- GOFFMAN, E. (1979). *Gender Advertisements*. London: MacMillan.

- _____. E. (1991). “El orden de la interacción”. In: Y WINKIN (ed.). *Los hombres y sus momentos*. B. Aires: Paidós.
- HARTLEY, J. (2004). “‘Kiss me Kat’. Shakespeare, Big Brother, and the taming of the self.” In MURRAY, S. e OUELLETTE, L. (eds.) *Reality TV*. New York: New York University Press, 303-322.
- JAMES, W. (1963 [1906]). “Pragmatism and Humanism”. In: *Pragmatism and Other Essays*. New York: Washington Square Press.
- JANINE, R. (2005a). “O Jogo do Bem e do Mal no Big Brother”. Retirado no 20/03/05 de: *AOL Fórum*. http://noticias.aol.com.br/colunistas/renato_janine/2005/0007.adp,14/02/2005a.
- _____. R. (2005b). “Por Que Debater O Big Brother?”. Retirado no 20/03/05 de: *AOL Fórum*. http://noticias.aol.com.br/colunistas/renato_janine/2005/0008.adp,21/02/2005b.
- MACHADO DE ASSIS, J.M. , (1997 [orig. 1892]). *Quincas Borba*. Porto Alegre: L&PM Editores.
- MARKS, L. (2000). *The skin of film*. Durham: Duke University Press.
- MEYROWITZ, J. (1989). *No sense of place*. New York: Oxford University Press.
- MOONEY, B. (2001). “Loving Persons”. Retirado no 15/06/05 de: *Paideia*: <http://www.bu.edu/wcp/Papers/Anci/AnciMoon.htm>, 2001.
- PEIRCE, C. S. (1931-1958). *Collected Papers of Peirce*. C. HARTSHORNE et al. (eds.). Cambridge, Ma: Harvard University Press.

Fernando Andacht é Doutor em Comunicação e Informação, UFRGS; Dr. Phil. em Estudos Latino-americanos, Bergen University. Professor no Programa de Mestrado em Comunicação e Linguagens, Universidade Tuiuti de Paraná (UTP). Pesquisador do CNPq, Publicações: “Violencia mítica y legitimidad social” (*De Signis*, 2006); “La reflexividad mediática en el género indicial documental” (*Enl@ce: Revista Venezolana de Informacion, Tecnologia y Conocimiento*, 2005); “O mal como esse obscuro objeto de desejo: a representação do crime nos programas *Linha Direta* e *Ciudad Oculta*” (*Ecos. Revista da Escola de Comunicação Social*, 2005); “Uma proposta analítica da imagen da celebridade na mídia” (*Revista Tecnología e Sociedade*, 2005);

“Representaciones de lo real mediático en el Brasil Contemporáneo” (*Cuadernos del Claeh*, 2005). E-mail: fandacht@gmail.com

¹ A informação é fornecida com tipografia miúda sob a lenda da foto; ela indica a origem das imagens manipuladas para produzir este soberano da coletividade homossexual.

² A noção foi usada pelo autor na análise de uma ficção seriada que apresentou no GT Comunicação e Sociabilidade (Andacht 2001).

³ Isso contrasta com a produção televisiva rio-platense de *Gran Hermano*, na qual o confessorário usou-se freqüentemente para desabafo emocional, e para revelar o que não podia exprimir-se ante os outros (Andacht 2003a).

⁴ Para alguns dos resultados obtidos nessa pesquisa ver Andacht 2003a,b, 2004a,b,c, 2005a,b,c.

⁵ A noção ‘háptico’ provém de Riegl, e de Deleuze e Guattari (Marks 2000, p. 218).

⁶ Cito a obra de Peirce assim: x.xxx , volume e parágrafo nos *Collected Papers*.

⁷ Descrição do ofício de ator de J. L. Borges no relato “Everything and nothing”.

⁸ A mulher que alguns chamam com menosprezo ‘Miss’ por seu passado na passarela, não usa seus evidentes encantos sensuais; ela quer ser aprendiz e ser introduzida aos segredos culinários: “Ô Pink, ensina eu!”

⁹ Resumo assim a análise de Kosman citado por Mooney (2001).

¹⁰ ‘Teoros’ vêm do verbo ‘*theorein*’, que significa observar algo de modo focado, concentrado.