

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA SAÚDE

CURSO DE PSICOLOGIA

ANA BEATRIZ DE MIRANDA E SILVA FERREIRA

O HOMEM-ESPETÁCULO DOS REALITY-SHOWS:

**Uma leitura fenomenológica da espetacularização do
homem como objeto de atração televisiva**

SÃO PAULO

2016

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA SAÚDE

CURSO DE PSICOLOGIA

ANA BEATRIZ DE MIRANDA E SILVA FERREIRA

O HOMEM-ESPETÁCULO DOS REALITY-SHOWS:

**Uma leitura fenomenológica da espetacularização do
homem como objeto de atração televisiva**

**Trabalho de conclusão de curso como
exigência parcial para graduação no curso
de Psicologia, sob orientação da Prof^ª Dr^ª
Fabíola Freire Saraiva de Melo**

SÃO PAULO

2016

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Prof^a Dr^a Fabíola Freire Saraiva de Melo, cujas contribuições foram fundamentais para que este trabalho ganhasse corpo e consistência.

À Prof^a Dr^a Ida Elizabeth Cardinali que tão gentilmente aceitou o convite para ser parecerista deste trabalho e que tem contribuído substancialmente para minha formação neste último ano da graduação.

RESUMO

Título: O *homem-espetáculo* dos *reality-shows*: uma leitura fenomenológica da espetacularização do homem como objeto de atração televisiva.

Autora: Ana Beatriz de Miranda e Silva Ferreira

Orientadora: Prof^a Dr^a Fabíola Freire Saraiva de Melo

Área de Conhecimento: 7.07.00.00-1 - Psicologia

Os *reality-shows* tornaram-se um fenômeno bastante presente na televisão contemporânea. Nestes programas, histórias de sofrimento e angústia são o enredo e a trama que garantem a audiência. A cultura do grotesco, apresentada por Sodré (1983) como a âncora da televisão na atualidade, tem papel de destaque nesse processo, uma vez que consegue transformar tudo em espetáculo, inclusive “explorações psicológicas individuais”. O homem, aqui, é apenas homem-espetáculo, objetificado e explorado. Ele é o que o espetáculo quer que ele seja (Debord, 1997). Este trabalho teve por objetivo analisar este homem-espetáculo, em especial como ele se apresenta e é apresentado no *reality-show* “Esquadrão da Moda”. Este programa foi escolhido por apresentar intervenções que têm por objetivo fazer com que a participante se adeque ao ideal estético que a sociedade espera dela. O método utilizado consistiu em uma análise fenomenológica de um episódio selecionado. Heidegger, bem como os demais autores apresentados neste trabalho, entende que quando o homem não consegue lidar com sua angústia, busca modos para evitá-la, sendo a sociedade do espetáculo um modo de se viver na impropriedade, onde perde a familiaridade consigo mesmo (Haar, 1990). Os *reality-shows* reproduzem, assim, a dinâmica das relações do homem com o mundo e com os outros na contemporaneidade. Esses programas falam muito das angústias do existir e de uma busca por recursos para aplac -las, seja ao ver dramas alheios sendo “solucionados” – o que dá esperança de resolução para nossos próprios dramas – seja por expor o próprio drama pessoal com ares de narrativa espetacular.

Palavras-chave: psicologia fenomenológica; *reality-show*; sociedade do espetáculo, grotesco, angústia.

SUMÁRIO

1. Introdução.....	5
2. Método e procedimento	7
2.1 O método fenomenológico.....	7
2.2 Procedimento	9
3. O <i>homem-espetáculo</i> : a sociedade do espetáculo, os <i>reality-shows</i> e o “tipo certo de loucura”	11
4. De homem comum a <i>homem-espetáculo</i> : o eu na narrativa do espetáculo em oposição ao eu desvelado durante a trajetória do existir	21
5. Análise: uma leitura fenomenológica do <i>homem-espetáculo</i>	32
5.1 Descrição do <i>reality-show Esquadrão da Moda</i>	32
5.2 Descrição do episódio 18, temporada 8 do <i>reality-show Esquadrão da Moda</i> : a transformação de Denise	35
5.3 Uma leitura fenomenológica do <i>homem-espetáculo</i> em <i>Esquadrão da Moda</i>	41
6. Considerações Finais	50
Referências Bibliográficas	53

1. Introdução

A espetacularização é um fenômeno contemporâneo, porém não tão recente. Segundo Souza (2013), no século XIX, pessoas consideradas “esquisitas” por terem corpos “estranhos”, deficiências ou idiossincrasias eram exibidas em circos ou feiras e tratadas como objeto de exposição para entretenimento público. No século XXI, a exposição e a exploração das pessoas continuam a acontecer, porém em novos contextos e em novos veículos, como a televisão ou as mídias sociais. Em especial, a televisão da atualidade tem dedicado bastante espaço a um formato de programa que é baseado exclusivamente na exibição e exploração do homem: os *reality-shows*.

Mateus (2012) explica que o termo *reality-show* refere-se aos programas televisivos que buscam trazer a “realidade” para dentro da televisão, porém em um formato diferente dos documentários, ainda que incorpore alguns de seus elementos para compor a narrativa a que se propõe. Segundo o autor, o *reality-show* pode ser caracterizado da seguinte forma:

Dotado de diversos formatos ou sub-gêneros, procede a uma muito singular mediatização da interação social caracterizando-se por incidir a sua atenção na banalidade do quotidiano através do relato, na primeira pessoa, das tensões, conflitos e angústias que o indivíduo experiencia diariamente, na sua vida profissional, pessoal ou familiar. O reality-show consegue, por intermédio de perscrutação escopofílica generalizada, a criação de uma relação de carácter testemunhal e cúmplice com os espectadores, os quais se tornam quasi-interlocutores na medida a que assistem à revelação confidente de si que os indivíduos publicamente aí operam. (Mateus, 2012, p. 243)

Nesses programas, pessoas “comuns” são transformadas em espetáculo a ser assistido. Seus dramas, conflitos e angústias, antes privados, são tornados públicos de maneira espetacularizada como forma de obter cada vez mais audiência. Tais produções têm custo baixo, uma vez que, em grande parte das vezes, seus personagens principais não são remunerados por sua participação. A eles são oferecidas promessas, em geral, de um grande prêmio final ou de uma experiência pessoalmente transformadora. Suas histórias existem apenas porque há outros que as legitimam através da audiência e porque a produção desses *reality-shows* transformam-nas em narrativas espetaculares.

As pessoas são, portanto, objetificadas e transformadas em mercadoria. Dessa forma, os *reality-shows* parecem nos trazer uma constante lembrança de quanto o homem pode ser capaz de banalizar a vida e mostram como tudo, na atualidade, nesta sociedade, pode tornar-se produto de consumo e objeto de espetacularização, inclusive o próprio homem.

Neste trabalho, procura-se problematizar esse fenômeno da espetacularização do homem. Em especial, busca-se pensar sobre os aspectos do mundo contemporâneo que possibilitam a emergência desse fenômeno e, ainda, como o *homem-espetáculo* se apresenta e é apresentado nos *reality-shows*.

2. Método e procedimento

Para a elaboração deste trabalho, primeiramente, foi realizada revisão bibliográfica de autores que abordam temas referentes às relações humanas e ao espetáculo na contemporaneidade. Ou seja, procurou-se referenciar obras de autores que discutem como o mundo atual caracteriza-se por ser espetacular e como homem contemporâneo é e se relaciona neste e com este mundo.

Com base neste levantamento inicial, os capítulos 3 e 4 discutem, de maneira teórica, o material produzido por esses autores promovendo uma discussão acerca dos diversos fatores que contribuem para a configuração do fenômeno da espetacularização do homem e apontam algumas das características desse fenômeno enfatizando, sempre, a complexidade que envolve essa questão.

Tais capítulos são o arcabouço teórico que fundamentam a análise realizada no capítulo 5 para a qual foi utilizado o método fenomenológico descrito a seguir. O procedimento de análise encontra-se detalhado no item 2.1 deste capítulo.

2.1 O método fenomenológico

De acordo com Mansini (1989, citado por Coltro, 2000):

não existe o/ou um método, mas uma postura fenomenológica – a atitude de abertura (no sentido de estar livre de conceitos e definições apriorísticas) do ser humano para compreender o que se mostra, buscando remontar aquilo que está estabelecido como critério de certeza, assim questionando os seus fundamentos.
(p. 38)

Ainda segundo Coltro (2000), foi Edmund Husserl quem primeiro escreveu sob essa perspectiva abrindo caminho para outros pensadores contemporâneos como Martin Heidegger, Karl Jaspers, Jean Paul Sartre e Maurice Merleau-Ponty.

O objeto de investigação do método fenomenológico é o fenômeno tal qual ele se apresenta:

trata de desentranhar o fenômeno, pô-lo a descoberto, desvendá-lo para além da aparência, apegando-se somente aos fatos vividos da experiência. Para tanto, utiliza-se fartamente de relatos descritivos das características do fenômeno em estudo; porém, não de forma passiva, mas por uma reflexão que permita

interpretar tais relatos, objetivando por a descoberto as características, os sentidos menos aparentes, aqueles mais fundamentais do fenômeno. (Coltro, 2000, p. 42)

Este trabalho apoia-se na perspectiva fenomenológica Heideggeriana como uma maneira de olhar o tema. Os questionamentos colocados por Heidegger em sua obra, principalmente em relação ao “ser” são aqui utilizados como ferramenta de reflexão frente ao fenômeno do *homem-espetáculo* para melhor compreendê-lo. Os principais elementos do pensamento de Heidegger utilizados como referencial neste trabalho estão presentes no livro “Todos nós... ninguém: um enfoque fenomenológico do social” e são apresentados brevemente a seguir.

Segundo Spanoudis (1981), Heidegger, em sua obra, “convida a uma outra maneira de pensar” que procura não oferecer respostas, mas abrir caminhos para a reflexão. Ele trata de questões fundamentais da existência do homem que fazem pensar sobre os aspectos ônticos e ontológicos das relações do homem com o mundo e com os outros homens. Spanoudis diz que para Heidegger ôntico é “tudo o que é percebido, entendido, conhecido de imediato” e ontológico se refere às “características fundamentais que possibilitam as várias maneiras de algo se tornar manifesto” (p. 11). Ou seja: “na ontologia fundamental de Heidegger, essa característica fundamental é o que chama de ontológico, existencial, e é diferenciada dos vários modos ônticos, existenciários, nos quais se expressa.” (Spanoudis, 1981, p. 15)

Ainda segundo Spanoudis (1981), duas características ontológicas – existenciais - fundamentais do homem são a perspectiva de futuro e as possibilidades inesgotáveis de ser que também incluem o *não ser*. O homem, de uma forma ou de outra está sempre voltado para o futuro e, por isso, ele é constantemente possibilidades. No entanto, muitas vezes, o homem está completamente imerso e embotado nas teorias e regras, de maneira que não enxerga o mais simples e ontológico, focando apenas no ôntico.

O autor ressalta, também, que para compreender a “existência” do ser humano, Heidegger o situa como “ser-no-mundo” e “ser-com-os-outros” onde “ser no mundo” significa “as múltiplas maneiras que o homem vive e pode viver, os vários modos como ele se relaciona e atua com os entes que encontra e a ele se apresentam” (p. 16). “Ser-com-os-outros” significa “como me relaciono, atuo, penso, vivo com meus semelhantes” (p. 18). “Ser-com-os-outros” está relacionado com o que Heidegger chama de “solicitude” que está relacionado com “cuidar do outro”. Esse cuidar pode ser desde fazer tudo pelo

outro de forma a dominá-lo e manipulá-lo como também ter *consideração* e *paciência* para permitir que o outro encontre seu caminho e se desenvolva por si só.

Por fim, Spanoudis (1981) destaca que Heidegger, na obra “Todos nós... ninguém: um enfoque fenomenológico do social”, faz referências ao modo que se vive com os outros, chamando a atenção para o que ele chama de “a gente” que por significar “todos”, no fundo, significa “ninguém”. O “a gente”, então, é a sociedade, são os outros e si mesmo, onde o homem é apenas mais um dentro de um coletivo e também todo o coletivo uniforme e medíocre, logo, ninguém. Entretanto, ser “a gente” é também um modo de ser. Nas palavras do autor:

O “a gente” é a maneira fundamental de se viver com os outros que possibilita tanto o viver em comunidade, onde cada um compartilha numa maneira própria e autêntica, quanto o viver dissolvido e diluído na massificação, absorvido no coletivismo, tornando-se uma peça, um objeto manipulável. O ser si mesmo autêntica e propriamente depende e se baseia nos modos de “viver com os outros”, no “ser com os outros”. (Spanoudis, 1981, p. 22)

Dessa forma, uma leitura fenomenológica enquanto procedimento de análise tem por objetivo proporcionar uma interpretação crítica do *homem-espetáculo*, desvelando sentidos e permitindo que nos aproximemos de quem ele é enquanto *ser-no-mundo* e *ser-com-os-outros*.

2.2 Procedimento

Nos capítulos 3 e 4, procurou-se problematizar como o fenômeno dos *reality-shows* e o *homem-espetáculo* estão relacionados com uma multiplicidade de aspectos. Com o objetivo de aprofundar a discussão a respeito do *homem-espetáculo*, neste trabalho escolheu-se analisar o *reality-show* *Esquadrão da Moda*¹, mais especificamente um de seus episódios (episódio 18, temporada 8) tendo como referência principal a perspectiva fenomenológica Heideggeriana.

A escolha desse programa em específico se deve ao fato de ele ser apresentado como uma intervenção que tem por objetivo fazer com que a participante² passe por um

¹ Exibido no original com o nome *What Not to Wear*. No Brasil, o programa é transmitido pelo canal de TV a cabo *Discovery Home&Health*.

² Neste programa, as participantes são sempre mulheres, por isso o texto faz referência à participante, no feminino.

processo de revelação e transformação em relação à maneira como se veste e se arruma de forma a se adequar ao que seus familiares, amigos e a sociedade esperam dela. Em *Esquadrão da Moda*, inclusive, não é a própria participante que se inscreve, mas seus amigos e/ou familiares, pois estes entendem que há algo “errado”, algum “desvio” que carece de correção e, por isso, a indicam para fazer parte do programa.

Na análise, primeiro foi apresentada uma descrição da estrutura do programa em questão e excertos do episódio específico tais quais são apresentados ao público. Em seguida, os dados colhidos são analisados à luz da fenomenologia heideggeriana e das discussões realizadas nos capítulos 3 e 4 deste trabalho.

3. O homem-espetáculo: a sociedade do espetáculo, os *reality-shows* e o “tipo certo de loucura”

No mundo contemporâneo há um interesse crescente pela vida dos outros impulsionado pela mídia televisiva e também pela Internet. Segundo dados do *Facebook*³, em 2014, 45% da população brasileira, cerca de 92 milhões de pessoas, o acessavam mensalmente. Isso significa que oito em cada dez brasileiros com acesso à Internet usava esta rede social⁴. Dados deste mesmo ano de uma pesquisa⁵ divulgada por uma agência de *marketing* social mostram que a média mundial de participação em redes sociais é de 29%, número bem abaixo da participação dos brasileiros que fica em torno de 45%, conforme apresentado acima. Esta pesquisa mostra, ainda, o crescimento de 12% na participação dos brasileiros em redes sociais em comparação ao ano anterior.

Na televisão, aberta ou a cabo, observa-se um crescente interesse por programas do tipo *reality-show*⁶. Segundo Barbosa (2016), a *MTV Brasil*, por exemplo, apresentou crescimento de 60% entre 2014 e 2015 resultante da exibição de versões nacionais de programas do tipo *reality-show*.

Como explicitado na Introdução, os *reality-shows* caracterizam-se por serem realizados com pessoas comuns ou artistas que não estão representando outro papel a não ser eles mesmos, como protagonistas das histórias apresentadas. Eles geralmente focam a exploração do drama e de conflitos vividos por seus participantes dentro e/ou fora das telas e, muitas vezes, dirigem a atenção para alguma peculiaridade que possuam.

O jornalista Jon Ronson, no seu livro “O Teste do Psicopata” (2014) dedica um capítulo a explorar como jornalistas e a mídia televisiva, em especial, têm um olhar atento para transformar em notícia ou atração algo “especial” que algumas pessoas demonstram e que poderia ser considerado como loucura. Ele denominou tais peculiaridades ou características “especiais” como “o tipo certo de loucura”, isto é, uma “loucura” que atrai a

³ Disponível em: <https://www.facebook.com/business/news/BR-45-da-populacao-brasileira-acessa-o-Facebook-pelo-menos-uma-vez-ao-mes> (acesso em 13 de março de 2016).

⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/08/oito-cada-dez-internautas-do-brasil-estao-no-facebook-diz-rede-social.html> (acesso em 13 de março de 2016)

⁵ Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/pesquisa-mostra-dados-da-internet-no-brasil-em-2015/> (acesso em 13 de março de 2016)

atenção do público e gera audiência exatamente por não parecer “loucura demais” e, ao mesmo tempo, parecer “loucura o suficiente”.

Neste livro, o autor relata a história de uma produtora televisiva de programas do tipo *reality-show* que conta que para selecionar os futuros participantes usava como critério os medicamentos que a pessoa tomava e, a partir daí, decidia os que eram “loucos demais” (aqueles que tomavam lítio, por exemplo) ou os que eram apenas “loucos o suficiente” (aqueles que, por exemplo, tomavam prozac). O uso de medicamentos funcionava como indicador de que essas pessoas apresentavam questões sérias o suficientes a ponto de fazê-las procurar um psiquiatra, porém não tão sérias a ponto de trazerem problemas para a produção do programa e eram, portanto, candidatas ideais para serem atração televisiva. Elas tinham, assim, o “tipo certo de loucura”. Em suas palavras:

Praticamente, todos os programas em horário nobre são recheados de pessoas que têm o tipo certo de loucura (...). As pessoas que são o tipo certo de louco são um pouquinho mais malucas do que tememos estar nos tornando e de uma maneira reconhecível. Podemos ser ansiosos, mas não somos tão ansiosos quanto *elas*. Podemos ser paranoicos, mas não somos tão paranoicos quanto *elas*. Nós nos divertimos com elas e somos confortados pelo fato de não sermos tão loucos assim. (RONSON, 2014, p. 208)

Segundo Foucault (1975), o conceito de loucura tem íntima ligação com o momento histórico e com a cultura de determinada sociedade. Foucault (1975) diz que “a doença só tem realidade e valor de doença no interior de uma cultura que a reconhece como tal” (p. 71). No mesmo sentido, Pelbart (1989) reforça esta ideia ao ressaltar que para ser considerado louco “o indivíduo deve conformar-se a um modelo de comportamento louco, tradicional a sua cultura” (p. 193). E completa: “há maneiras corretas de ser louco, e de ser reconhecido como tal”. Isto quer dizer que há uma organização estrutural da sociedade que permite o reconhecimento de todos que fazem parte dela sobre quem são loucos e quem não o são.

Ao trazer a ideia da existência de um “tipo certo de loucura” que seria a loucura ideal a ser utilizada para exploração midiática, Ronson faz pensar sobre o conceito de loucura no mundo contemporâneo e sobre um possível movimento das pessoas em busca de uma suposta normalidade para si mesmas, sendo ambos, loucura e normalidade,

passíveis de fácil reconhecimento por todos inseridos no mesmo contexto cultural. Ainda segundo Foucault (1975), a doença em determinada cultura reflete as virtudes que nela são valorizadas ou reprimidas. Em sociedades diferentes, um mesmo comportamento pode ser valorizado ou considerado desviante. Assim, aqueles que demonstram comportamentos que podem ser considerados de alguma forma desviantes na nossa sociedade poderiam ser identificados pela mídia como o “tipo certo de loucura” e transformados em atração. A mídia encontra aqui terreno fértil para se apropriar da subjetividade dessas pessoas, expondo-as e tornando-as espetáculo.

Na televisão a cabo, existe um canal chamado *Discovery Home&Health* cuja programação é dedicada a programas do tipo *reality-show* com temáticas diversas como, por exemplo, decoração e reforma da casa, relações familiares conflituosas, questões de saúde (incluindo doenças psiquiátricas) e moda. Todos eles transformam em atrações a vida e as histórias de pessoas comuns tratando-as como objeto de espetacularização. Ainda, muitos outros canais (inclusive da TV aberta nacional e internacional) que exibem algum programa desse tipo em sua grade, e existem também produtos similares produzidos em território nacional. Alguns exemplos bem conhecidos no Brasil são os programas transmitidos pela *Rede Globo* como *Big Brother Brasil*, *Fama* e *The Voice Brasil* e o *Casa dos Artistas*, transmitido pelo *SBT*, além do *A Fazenda* da *Rede Record*. O Brasil também tem seu canal cuja programação é recheada de programas do tipo *reality-show* com muitas produções nacionais: o *GNT*, de propriedade da *Rede Globo*.

O fato de existir na atualidade uma proliferação desses programas e, sobretudo, canais cuja quase totalidade da programação é dedicada a esses programas que expõem pessoas e seus dramas pessoais em rede nacional, indica que há um público consumidor para estes produtos e há uma indústria que fomenta sua criação e desenvolvimento. Todos esses programas têm a pretensão de mostrar a realidade, porém acabam por mostrar uma realidade construída pela emissora baseada em um roteiro que deve conter drama e conflitos de forma a ser atrativo para o público que assiste. Se na vida real dos participantes o drama e o conflito não estão presentes como desejam os produtores, estes são criados a partir de entrevistas que podem ser perniciosas uma vez que têm por objetivo obter confissões capazes de compor uma história espetacular. Assim, e por meio da edição das imagens, sempre é mostrada uma saga de transformação que almeja tornar pessoas comuns em heróis cotidianos.

A lógica desses programas é a mesma lógica do mundo em que eles estão inseridos. Debord (1997) mostra como o mundo em que vivemos hoje é o mundo do espetáculo e como espetáculo é poder e, como tal, regido por regras próprias que reforçam sua dominação. Parte de sua estratégia é mostrar o que lhe interessa, ou seja, o que lhe garantirá o controle e o poder. Assim, segundo este autor, “o discurso espetacular faz calar, além do que é propriamente secreto, tudo o que não lhe convém” (p. 188) e são mostradas apenas as evidências históricas que servem a este discurso, sendo ele “sempre isolado do ambiente, do passado, das intenções, das consequências” (p.188). Ele ressalta que “a rigorosa lógica do espetáculo comanda em toda parte as exuberantes e diversas extravagâncias da mídia” (p. 171). Dessa forma, qualquer um pode aparecer no espetáculo, porém o que é comunicado é controlado e serve aos interesses específicos de quem comunica. Ele diz ainda que “nesse contexto, tudo o que se pode fazer deve ser feito” (p.230). Ou seja, não importa que custo tenha (financeiro, emocional, social), o que importa é que os interesses de quem exerce o poder sejam atendidos.

Segundo Belloni (2003), o conceito de sociedade do espetáculo cunhado por Guy Debord e imortalizado em seu livro “A sociedade do espetáculo” originalmente publicado em 1967 é indiscutivelmente atual. A teoria de Debord está calcada em uma crítica ao capitalismo e surge dentro do programa ideológico da “Internacional Situacionista”, um movimento internacional de cunho político e artístico existente de 1958 a 1969 que tinha ideais revolucionários e libertadores. A mesma autora ressalta o caráter revolucionário da teoria de Debord e de seus companheiros que “fazem a crítica da vida cotidiana e propõem contra todas as formas regressivas do jogo e das artes”. Os situacionistas criticam a vida nas grandes cidades considerando-a alienante e banal onde as pessoas estão mais interessadas na manutenção de seus pequenos confortos, onde tudo é mercadoria.

Em ‘A Sociedade do Espetáculo’, Debord (1997) aprofunda essa crítica à sociedade contemporânea explorando sua teoria sobre o espetáculo e seu poder de dominação. A ideia de Debord está centrada no conceito de separação e de afastamento entre o que é realmente vivido e as representações do que é vivido. O espetáculo apresenta-se como a maneira pela qual o mundo opera, onde as relações entre as pessoas estão sempre mediadas por imagens. Nas palavras de Debord (1997): “Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (p. 13).

Outro fator que se mostra relacionado com o fenômeno da espetacularização e com o conceito de loucura na contemporaneidade é o movimento de medicalização e patologização da vida fomentado pela indústria farmacêutica e pela prática psiquiátrica que leva mais e mais pessoas a buscarem um diagnóstico para seus problemas e angústias. Birman (1999) pontua como a farmacologia trouxe uma nova identidade para a psiquiatria aproximando-a da medicina somática e transformando-a efetivamente em uma especialidade médica. Esse movimento tem promovido a intervenção medicamentosa como a principal ferramenta para o tratamento das psicopatologias ou da loucura. Uma consequência bastante representativa desse processo segundo Birman é que “a psicoterapia tende a ser eliminada do dispositivo psiquiátrico, transformando-se num instrumento totalmente secundário face à intervenção psicofarmacológica” (p. 40). Outra consequência é que “o medicamento (...) passa a ser referência maior para a nomeação e a construção da síndrome. A etiologia passa, neste novo contexto, a ocupar lugar secundário” (p. 42). Aqui, importa menos a história do paciente e de sua doença e mais a pontualidade da intervenção. Como se sabe, a intervenção psicoterápica requer maior investimento de tempo e disponibilidade dos pacientes. Assim, atualmente, encontrar um diagnóstico para uma angústia, uma tristeza, por exemplo, significa encontrar uma possibilidade de cura ou de alívio frente ao que angustia ou entristece, através da utilização exclusiva de psicofármacos: uma solução rápida e emblemática de como o homem busca suas soluções no mundo contemporâneo.

Ronson (2014) discute em seu livro sobre como qualquer um pode facilmente se reconhecer como portador de algum transtorno ao simplesmente folhear a edição mais recente do DSM⁷, ou se identificar como psicopata ao observar que apresenta alguns dos traços da Escala Hare PCL-R (*Psychopathy Checklist Revised*)⁸, o teste de psicopatia desenvolvido pelo psiquiatra Robert Hare. Uma reportagem da revista *The Economist* (2013) mostra que a quarta edição do DSM vendeu mais de um milhão de cópias e espera-se que a edição mais recente, o DSM-V, repita o sucesso de vendas. Ou seja,

⁷ O DSM (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* ou Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais) é um manual para diagnóstico das doenças mentais amplamente utilizado no mundo e que atualmente está na quinta edição.

⁸ A Escala de Hare é resultado de um estudo realizado pelo psiquiatra canadense Robert Hare, em 1991, onde ele identificou traços de psicopatia em criminosos e com base nos dados coletados desenvolveu um método, uma lista de comportamentos, para avaliar e diagnosticar psicopatas. Esta ferramenta foi traduzida e validada no Brasil em 2000.

este manual é vendido não apenas para profissionais da área da saúde, mas para pessoas comuns em busca de categorizar suas angústias.

Ronson (2014) entrevistou o psiquiatra Allen Frances, editor do DSM-IV e, segundo ele:

Os diagnósticos psiquiátricos estão chegando cada vez mais perto do limite do normal. (...) Há uma pressão da sociedade para a conformidade de todas as maneiras (...). Há menos tolerância à diferença. E, portanto, para algumas pessoas, ter um rótulo talvez seja melhor. Isso pode conferir um senso de esperança e direção. “Antes riam de mim e implicavam comigo. Eu não tinha amigos. Mas agora posso falar com companheiros bipolares na internet e já não me sinto tão sozinho” (...) Nos velhos tempos, alguns deles talvez recebessem um rótulo mais estigmatizante, como Transtorno de Conduta (...). A bipolaridade infantil tira dos pais a margem de culpa de que talvez eles tenham criado uma criança problemática. (RONSON, 2014, p. 242)

Ou seja, segundo Frances, para muitas pessoas, descobrir seu diagnóstico pode aproximá-las da normalidade e dos padrões culturais, ou mesmo, isentá-las da responsabilidade perante suas ações e decisões. Isso significa que se tenho um diagnóstico, posso conversar com outros que compartilham do mesmo diagnóstico e, portanto, me sentir tão normal quanto eles.

Assim como o conceito de loucura, a definição a respeito do que é normal também depende da sociedade e da cultura em que estamos inseridos. Pelbart (1989) lembra que “a normalidade tem por único critério os traços dominantes da cultura em questão” (p. 202), de forma que o que é normal não é um fato, mas um valor. E como tal, reconhecido e perseguido pelos membros da sociedade. Ser normal é, portanto, um objetivo, ainda que seja sentir-se “normal” dentro de determinado grupo onde todos são tão “normais” quanto eu.

Para Foucault (2001), a norma é uma forma legitimada de exercício de poder assim como para Debord (1997), o espetáculo também o é. Segundo Foucault:

A norma traz consigo ao mesmo tempo um princípio de qualificação e um princípio de correção. A norma não tem por função excluir, rejeitar. Ao contrário, ela está sempre ligada a uma técnica positiva de intervenção e de transformação, a uma espécie de poder normativo. (FOUCAULT, 2001, p. 62)

Não à toa, o canal televisivo *Discovery Home&Health* citado anteriormente, traz alguns programas que abordam doenças e seus diagnósticos e exploram esses aspectos. Cada episódio do programa 'Milagres e Medicina', por exemplo, sempre começa mostrando o paciente angustiado porque ninguém sabe o que está causando seus sintomas e, ao final, mostra-o aliviado quando descobrem seu diagnóstico. A esperança sempre é que com um diagnóstico há um tratamento, de preferência, com algum remédio que haja rápido e resolva tudo de maneira limpa e eficaz.

O modo como as pessoas são tratadas nos *reality-shows* é tema polêmico e delicado. Há, inclusive, relatos de mortes (por suicídio e assassinato) relacionadas a alguns desses programas e ações judiciais movidas por participantes. De Wall (2002) relata alguns desses casos, entre eles o de Deleese Williams que após passar por um longo processo de entrevistas junto com seus familiares recebeu a notícia de que não poderia mais se submeter à transformação que aspirava⁹ porque seu tempo de recuperação seria muito longo em comparação ao tempo requerido para o programa ir ao ar. Durante o processo de entrevistas, Deleese e sua família tiveram sua intimidade exposta. A produção do programa *Extreme Makeover* fez com que sua família dissesse coisas que antes Deleese desconhecia que pensavam sobre ela. Foi um processo doloroso, em especial para sua irmã, que sempre a havia tratado com muito carinho e cuidado para que ela não se sentisse tão "feia" quanto podia achar que era. Quatro meses depois da notícia de que não participaria mais do programa, sua irmã cometeu suicídio e Deleese entendeu que a culpa que sua irmã sentia por ter sido incentivada pelo programa a falar o que falou da irmã foi um dos gatilhos que a levou ao ato, pois se sentiu extremamente culpada e arrependida. Deleese decidiu, então, processar a rede de televisão responsável pelo programa por toda a humilhação e sofrimento que foram causados a ela e a sua família. Outro caso é o de Wesley Durden Jr que foi humilhado em uma disputa de confeitores¹⁰ pelo apresentador e não seguiu no programa. Ao retornar para sua casa, cometeu suicídio. Há pelo menos mais dois outros suicídios relacionados a

⁹ O programa do qual participaria Deleese Williams chama-se *Extreme Makeover* no qual os participantes passam por uma série de cirurgias estéticas para que se transformem de "feios" a "bonitos".

¹⁰ O programa do qual participou Wesley Dunder chama-se *Cake Boss: The Next Great Baker* no qual os participantes participam de provas culinárias, sendo que a cada episódio há alguém eliminado até que seja escolhido um vencedor.

reality-shows relatados por De Wall, o de Rachel Brown participante do programa *Hell's Kitchen*¹¹ e o de Joseph Cerniglia do programa *Kitchen Nightmares*¹². Ainda, uma reportagem do jornal The Telegraph (2009) relata nove outras tragédias e controvérsias relacionadas a *reality-shows*, incluindo o caso de Ralf Panitz que assassinou sua ex-mulher após ambos aparecerem juntos no programa *Secret Mistresses*¹³. E, ainda, o caso de Scott Amedure assassinado por Jonathan Schmitz após revelar sua paixão secreta por ele no programa *The Jones Jenny Show*¹⁴. A família de Scott Amedure processou a emissora *Warner Bros*, responsável pelo programa, que foi considerada negligente pela justiça e condenada a pagar 15 milhões de libras como indenização. Outro caso emblemático da falta de cuidado dos produtores televisivos contado pelo jornal é o de Ricardo Antonio Navarro e Svetlana Orlova. A produção do programa *Patricia's Diary*¹⁵ não se ocupou em saber mais profundamente sobre o casal que tinha um histórico de violência doméstica sofrido por Svetlana. Ela foi assassinada por Ricardo logo após negar no programa seu pedido de casamento.

No Brasil, a *Rede TV* foi obrigada a suspender da sua programação alguns programas do tipo *reality-show*, pois, conforme notícia divulgada no portal da Justiça Federal (2014), eles “estariam violando direitos fundamentais de dignidade da pessoa e sexualidade, especificamente os programas *Eu Vi na TV*, com o quadro “teste de fidelidade” e *Tarde Quente*, com o quadro “pegadinhas”.” Pinheiro (2015) conta que na

¹¹ O programa *Hell's Kitchen* no Brasil se chama *Hell's Kitchen: Cozinha Sob Pressão* e tem sua versão brasileira produzida e transmitida pelo SBT. A tradução literal do nome do programa é *Cozinha do Inferno*. Este *reality* apresenta competições culinárias entre equipes, com *chefs* eliminados a cada episódio. O vencedor recebe um prêmio em dinheiro. No Brasil, na terceira edição, em 2015, o prêmio foi cem mil reais em barras de ouro.

¹² Em *Kitchen Nightmares*, um chef famoso é convidado pelos proprietários de um restaurante prestes a falir a passar uma semana em sua propriedade com o objetivo de ajudá-los a reerguer o negócio. A tradução literal do nome do programa é *Pesadelos de Cozinha*.

¹³ Em *Secret Mistress*, neste caso específico, o casal Panitz confrontou na televisão a x-mulher do marido acusando-a de persegui-los. Horas depois do programa ir ao ar, a ex-mulher foi encontrada morta. O Sr. Panitz foi acusado de espancá-la até a morte, tendo sido posteriormente julgado e condenado à prisão perpétua. A tradução literal do nome do programa é *Amantes Secretas*.

¹⁴ *The Jenny Jones Show* é um programa de entrevistas estilo tabloide apresentado por Jenny Jones. A tradução literal do nome do programa é *O Show de Jenny Jones*.

¹⁵ *Patricia's Diary* é um programa de entrevistas estilo tabloide apresentado por Patricia Gaztanaga. A tradução literal do nome do programa é *O Diário de Patrícia*.

última edição do *Big Brother Brasil*, uma das participantes, “abalada emocionalmente em função do confinamento”, pediu para sair ameaçando suicidar-se caso isso não fosse possível.

Esses programas se apropriam de seus participantes e sua história e os capturam em nome do espetáculo. Como enfatizou Debord (1997):

A supressão da personalidade acompanha fatalmente as condições da existência submetida às normas especulares – cada vez mais afastada da possibilidade de conhecer experiências autênticas e, por isso, de descobrir preferências individuais. Paradoxalmente, o indivíduo deve desdizer-se sempre, se desejar receber dessa sociedade um mínimo de consideração. (DEBORD, 1997, p. 191)

O participante do *reality-show* está submetido ao mando da rede televisiva e deve se adequar ao que ela deseja, comportando-se dentro do esperado, revelando-se dentro de um roteiro pré-definido. Ainda, para se adequar ao espetáculo, ele “coloca-se de antemão a serviço da ordem estabelecida, embora sua intenção subjetiva possa ser o oposto disso. Nos pontos essenciais ele obedecerá à linguagem do espetáculo, a única que conhece, aquela que lhe ensinaram a falar.” (Debord, 1997, p. 191)

Pinheiro (2015) em reportagem para a *Radio France Internationale* entrevistou a socióloga Silvia Rodrigues que ressaltou o caráter perverso dos *reality-shows* e como estes estão embasados na exploração do sofrimento dos seus participantes. Ela pergunta:

como é possível que no nosso mundo exista um entretenimento cuja base seja o sofrimento das pessoas? (...) o programa não apenas exhibe o sofrimento, ele impõe o sofrimento aos participantes. (RODRIGUES citada por PINHEIRO, 2015)

Na sua tese de doutorado Rodrigues (2011) amplia esse questionamento: “como é possível que pessoas comuns não apenas tolerem um sofrimento extraordinário, ainda que vão, como se engajem em sua realização?” (p. 15)

O participante do *reality-show* é, portanto, destituído de si. Ele se comporta conforme o espetáculo precisa que ele se comporte e deve sofrer para que o espetáculo

aconteça. Sua história de sofrimento é o enredo e a trama que garantem a audiência. Assim, ele deixa de ser homem no seu caráter idiossincrático com suas particularidades e vicissitudes e passa a ser *homem-espetáculo*, objetificado e explorado. Ele é o que o espetáculo quer que ele seja.

Nestes *reality-shows*, muitas vezes, pessoas que já estão fragilizadas aceitam passar por um agressivo processo de exposição, podendo sair dele ainda mais fragilizadas do que entraram como nos mostram as histórias de processos judiciais, assassinatos e suicídios relacionadas a estes programas.

Assim, torna-se relevante analisar este *homem-espetáculo*, em especial como ele se apresenta e é apresentado nos *reality-shows* no contexto da sociedade do espetáculo e da exploração midiática, discutindo-se e problematizando-se como esse processo acontece e o caráter de sofrimento e coisificação inerentes a ele.

4. De homem comum a *homem-espetáculo*: o eu na narrativa do espetáculo em oposição ao eu desvelado durante a trajetória do existir

Conforme discutido no capítulo anterior, o tema da espetacularização do homem é bastante complexo e multifacetado. Ele envolve desde o papel da mídia, que atua em prol de interesses particulares do espetáculo, até as concepções sociais acerca do normal e do “anormal”, ou da loucura. Para além disso, a espetacularização diz respeito, ainda, às relações entre os homens e do homem com o mundo na sociedade contemporânea.

Diante de tantos aspectos interferindo na sua relação consigo, com o mundo e com os outros, o homem se vê impelido a uma busca pelo autêntico sem conseguir reconhecer o que de fato lhe é próprio. Ele quer se diferenciar, porém a sociedade do espetáculo, como nos lembra Debord (1997), o afasta das “experiências autênticas e, por isso, de descobrir preferências individuais. (...) O indivíduo deve desdizer-se sempre, se desejar receber dessa sociedade um mínimo de consideração” (p. 191).

Spanoudis (1981) também explicita bem essa dinâmica da sociedade do espetáculo na qual o homem contemporâneo está inserido:

Na época atual, de consumo e tecnologia, a imposição de preferências da opinião pública através dos meios de divulgação tem forças irresistíveis. Cada vez mais, a vida fica estruturada e dirigida pelas organizações supereficientes, onde o indivíduo fica disperso, dirigido, acomodado no geral, onde é empurrado, compelido à uniformidade e à mediocridade. (Spanoudis, 1981, p. 21)

A mídia é o principal meio através do qual o espetáculo exerce a dominação, sendo ao mesmo tempo sua manifestação mais superficial e também mais impactante. Segundo Jappe (1999), é frequente a referência ao conceito de sociedade do espetáculo para falar sobre os abusos dos meios de comunicação em massa. No entanto, ele lembra que para Debord, a mídia é uma ferramenta, um meio usado pelo espetáculo para impor seu poder. A mídia representa a sociedade na qual ela está inserida e os indivíduos comumente assistem passivamente às imagens que outros escolheram para mostrar-lhes. Belloni (2003) ressalta que o espetáculo usa a comunicação de maneira unilateral de modo a usar o outro a seu serviço sem ouvi-lo e, assim, a mídia invade a sociedade e atende de maneira funcional à lógica dominante.

Tal lógica é a mercantil que paulatinamente degradou a sociedade levando-a do “*ser pré-moderno ao ter capitalista*, típico da modernidade, para chegar ao *parecer do espetáculo*” (Belloni, 2003, p. 132). Ou seja, o homem busca ter para parecer o que se espera que ele seja sem ter clareza se o que se espera que ele seja é o que ele quer ser. Assim, ele se “encaixa” dentro de uma “normalidade” e vive em conformidade em relação ao que a sociedade e o espetáculo (ou a sociedade do espetáculo) esperam dele. A mesma autora mostra que a lógica mercantil está presente em todos os aspectos da vida cotidiana, empobrecendo e fragmentando a vida e produzindo indivíduos que servem ao espetáculo uma vez que são ou isolados ou parte de uma “massa atomizada”. Nesse contexto, a mídia exerce papel fundamental de (des)informação do público, uma vez que é capaz de “potencializar ao máximo os aspectos enganadores, isto é, produtores de falsa consciência, da sociedade.” (Belloni, 2003, p. 134)

Em seus estudos sobre a mídia e o poder no Brasil, Sodré (1984) discute como, mesmo no jornalismo, o que a televisão transmite é o que ela deseja mostrar de forma que “o fato é construído pelo discurso que o enuncia” (p. 37) o que acaba por tornar o “real” televisionado, muitas vezes, mais crível que o original. Gera-se, assim, um “real” a serviço do espetáculo. Sodré (1984) discorre sobre como esse “real” é atraente por reproduzir o mundo que se vê refletido na televisão. Nesse contexto, o homem é seduzido por sua representação: “o simulacro televisivo é capaz de fascinar nosso olho precisamente porque nos “mata” ou exclui, enquanto identidades originais” (p. 41). Isso é o que o autor descreve como o caráter narcísico da mídia que procura ser o mais “realista” para tornar cada vez mais tênue a linha entre “produção e consumo, dirigente e executante” (p. 42), de maneira que o que é apresentado no vídeo é, não somente perfeitamente aceitável como absolutamente desejável. Nesse contexto, a mídia apresenta ao telespectador conteúdos que refletem “representações sociais geradas por instituições vigentes ou pelo senso comum, mas corrigidas por um filtro próprio” (Sodré, 1984, p. 43) como uma simulação da realidade. Tal simulação - presente em diferentes formas, desde em programas jornalísticos, de auditório, novelas ou seriados, - permite ao telespectador a ilusão de ver solucionados conflitos realmente existentes em seu meio social e em sua vida. Ou seja, além de ser atraído por ver-se refletido na televisão, o telespectador é atraído pela possibilidade, em geral, ilusória de ter seus problemas resolvidos.

Sodré (1983) em outra obra onde explora a constituição da cultura de massa no Brasil aponta para o *grotesco* como a estrela da televisão contemporânea. Para ele, *grotesco* é tudo aquilo que difere do “normal”, do comumente aceito pela sociedade, ou seja, o que pode ser tanto uma deformidade física quanto a miséria, que são transformadas em espetáculo pela sociedade do consumo que se fascina com sua exibição através de imagens cuidadosamente selecionadas e editadas. Nas palavras de Sodré (1983): “o fabuloso, o aberrante, o macabro, o demente – enfim, tudo o que à primeira vista se localiza numa ordem inacessível à “normalidade” humana – encaixam-se na estrutura do *grotesco*.” Ainda, segundo o autor, o que faz com que o *grotesco* apareça e prevaleça na mídia é o fato de que a exposição do *grotesco* se trata de uma maneira de compensar uma angústia inerente ao homem dos grandes centros urbanos que se vê obrigado a perpetuar um modo específico de relacionar-se e que atende à ideologia capitalista dominante que se caracteriza por ser uma cultura de massa, como coloca:

A cultura de massa (...) é hoje o grande *medium* da atmosfera capitalista. No caso brasileiro, ela é também o espelho que reflete o id e os demônios das nossas estruturas. É o espelho em que a sociedade se olha e se oferece como espetáculo. (Sodré, 1983, p. 39)

Nesse contexto, Sodré (1983) enfatiza que o telespectador relaciona-se de maneira muito peculiar com a televisão, na qual vê o outro e, ao mesmo tempo, si próprio, permitindo-se abandonar descuidado ao que a ele se apresenta uma vez que, por sua natureza imagética, ela favorece a projeção, a identificação e a empatia. Nesse processo, o telespectador se desloca para o vídeo através das pessoas que ali são mostradas, seja porque vê nessas pessoas qualidades que gostaria, ou não de ter, ou porque se coloca no seu lugar. O telespectador é apenas aparentemente passivo nesse processo, uma vez que a televisão mostra o que tem audiência. No entanto, a televisão mostra a ele a sua maneira específica de ver o real e traz diversos pontos de vista, sejam eles do produtor, do câmera, do editor de imagens e de todos os demais envolvidos na execução de um programa televisivo.

A cultura do *grotesco*, apresentada por Sodré (1983) como a âncora da televisão contemporânea, tem papel de destaque nesse processo, uma vez que consegue transformar tudo em espetáculo, inclusive “explorações psicológicas individuais” -

elemento citado pelo autor como característico da linguagem televisiva. Além da exploração dos dramas alheios, o *grotesco* se apoia naquilo que é “exótico, logo sensacional” (p. 73). Como faz lembrar Le Breton (2006): “A deficiência, quando é visível, é um poderoso atrativo de olhares e de comentários, um operador de discursos e emoções” (p. 75). A deficiência aqui também pode ser entendida como o *grotesco*, de modo que é possível dizer que o *grotesco* caracteriza-se como “um operador de discursos e emoções”.

Na televisão brasileira, os programas de auditório desde sempre se caracterizaram pela exploração do *grotesco*. Alguns exemplos citados por Sodré (1983) de programas ou apresentadores que atuam, ou atuavam, nessa linha são Silvio Santos, Jacinto Figueiras Junior, Dercy Gonçalves, Raul Longras, Flavio Cavalcanti e Chacrinha. Pode-se entender tais programas, em certa medida, como precursores dos *reality-shows* atuais, uma vez que se utilizavam da exploração do homem comum como espetáculo.

Os *reality-shows* transformam o cotidiano em espetáculo, onde “o que poderia ser comum é elevado à categoria de estranho” (Souza, 2013, p. 75) porque traz audiência. À mídia interessa produzir e transmitir tais programas porque audiência significa lucro. Ao telespectador angustiado com seus dramas cotidianos interessa assistir tais programas seja porque se identifica com seus personagens – tão reais quanto ele mesmo – ou porque na televisão, o drama sempre encontra uma resolução – fácil e rápida – o que lhe traz esperança de que na sua própria vida os conflitos se resolvam da mesma maneira. Seja, ainda, por qualquer outro motivo que o faça “esquecer” ou distanciar-se de sua própria vida, mesmo que seja aproximando-se dela ou fantasiando sobre ela.

Para Milan (2006), o existir do homem moderno é volátil e ao assistir um *reality-show* confirmamos essa volatilidade uma vez que “não queremos sentir, pensar ou agir, abdicamos da angústia existencial para que outros (...) vivam por nós, hipomaniacamente, o que restou do verdadeiro e profundo sentido da nossa existência”. (p. 197) A autora pontua, ainda, que o telespectador percebe que não está só no mundo ao assistir à imitação da vida, “pois outros participam do drama que julgávamos exclusivamente nosso” (p. 193) e, assim, ao observar a si mesmo no outro, encontra eco para as próprias experiências. E complementa:

A convivência une e configura um fenômeno social que propicia, por um lapso de tempo, certo sentimento de cumplicidade capaz de mover os

espectadores em manifestações coletivas, que vão do êxtase à decepção, da alegria esfuziante à profunda tristeza, do riso aberto ao choro incontido. Mais do que um movimento catártico, há aqui a possibilidade de tornar público o privado, de socializar o individual, dando-lhe novo sentido. (Milan, 2006, p. 193)

A vida privada é, assim, exposta publicamente e as pessoas o fazem porque assim o desejam. Elas o fazem nas redes sociais e também na televisão. Bauman (2001) discorre sobre o tema e diz que “um lugar sob os refletores é um modo de ser” (p. 84). Desse modo, cada vez mais o que é privado tem se tornado público, e é como se a televisão tivesse o dever de encenar o privado e todos tivessem o direito de assisti-lo.

Diaz (2005) ao analisar *reality-shows* que apresentam provas de eliminação enfatiza que cada eliminação é como uma morte simbólica, pois, uma vez que o privado volta a ser privado - com o retorno do eliminado à sua vida de fato – o participante retorna à massa irreal daqueles que têm corpo e alma, mas a quem falta a imagem que a exposição midiática proporciona. (p. 56) Ou seja, o participante que deixa o *reality-show* continua a existir em sua vida cotidiana, porém sua imagem espetacularizada já não existe mais o que para ele é equivalente a ele não mais existir. Assim, é como se para ser, o indivíduo precisasse tornar o privado público e quando isso deixa de acontecer, ele deixa de ser.

Bauman (2001) fala a respeito deste tema em relação aos programas de entrevistas onde conteúdos antes considerados inadequados à exposição, agora são explorados e espetacularizados. Segundo o autor, tais programas “legitimam o discurso público sobre questões privadas”. Aquele que assiste e compartilha do drama apresentado não precisa mais se sentir “envergonhado ou temeroso de ser desprezado, condenado por imprudência ou relegado ao ostracismo.” (p. 82) Nesse contexto, o telespectador assiste à vida privada alheia buscando encontrar respostas e esperança para a resolução dos seus próprios conflitos e angústias como quem procura um conselho ou orientação. Bauman (2001) ainda mostra que tal busca é um vício que sustenta e alimenta espectador e mídia. Quanto mais se busca o privado exposto no público, mais encontramos programas com cunho confessional travestido de verdade são produzidos e transmitidos e, assim, cada vez mais os indivíduos são transformados em *homem-espetáculo*.

Nesse sentido, indo ao encontro do que Bauman (2001) chama de “sociedade da entrevista”, onde as pessoas buscam a si mesmas no outro espetacularizado, o sociólogo Richard Sennet fala sobre a “sociedade intimista”. Bede (2008) discute que para Sennet, na “sociedade intimista”, o que existe é um “simulacro de identidade” onde não há interesses genuínos na troca com o outro, de forma que o que o indivíduo busca no outro é a si mesmo. Ainda, segundo relata a autora, na “sociedade intimista as pessoas são incentivadas a transformarem seus problemas pessoais em problemas públicos” (p. 3461) tendo por base a ideia de que é preciso ser autêntico e para ser autêntico revela-se ao outro coisas que não deveriam ser reveladas.

Assim, nota-se que a pretensa realidade da televisão apenas reproduz o que acontece no mundo real - ou pretensamente real, uma vez que as relações desse mundo também se caracterizam por sua superficialidade e encenações. Bauman (2001) explora como o indivíduo inserido nessa realidade tende a ver a vida dos outros como a “obra de arte” que ele deseja para sua própria vida e, também por isso, busca incessantemente sua “identidade”, uma vez que ter sua “identidade” definida significa que tudo tem “harmonia, lógica, consistência” (p. 92). Da mesma forma que se busca a autenticidade na “sociedade intimista” de Sennet, busca-se a identidade na “sociedade da entrevista” de Bauman como uma promessa de consistência e perenidade para a vida.

Ao desejar a vida do outro, o homem deseja também a vida mostrada na televisão uma vez que na modernidade vive-se uma vida mediada por imagens e, como demonstrado por Debord (1997), a mídia exerce papel fundamental na sociedade do espetáculo. Bauman (2001) reforça essa ideia ao dizer que “a vida na telinha diminui e tira o charme da vida vivida: é a vida vivida que parece irreal, e continuará a parecer irreal enquanto não for remodelada na forma de imagens que possam aparecer na tela” (p. 99). Aqui, mais uma vez, o real da vida remodelado pela TV é aparentemente real. O que vemos são narrativas onde a “não autenticidade do eu supostamente autêntico está inteiramente disfarçada de espetáculos de sinceridade.” (Bauman, 2001, p. 101)

O homem, inserido neste contexto, certamente, tem a relação consigo mesmo e seus iguais impactadas. Busca, assim, reafirmar sua normalidade e/ou buscar conforto ao ver, também na televisão, que há mais pessoas no mundo que vivem dramas parecidos com os seus e que há saídas e transformações realizáveis de forma que é possível continuar desejando uma solução mágica e acessível (como uma pílula passível de

compra) para seus problemas. Vivemos um mundo onde a velocidade é supervalorizada e busca-se a eficiência a todo custo, onde se deseja que uma pílula seja capaz de resolver todo e qualquer problema de saúde. Onde identificar os medicamentos que alguém toma pode servir de critério para convidar esta pessoa a expor sua vida e angústias em um programa televisivo.

Souza (2013) em sua análise sobre a espetacularização do “corpo monstruoso” e do deslocamento dos *freak shows*¹⁶ para a televisão, sinaliza que “os monstros humanos continuam ocupando o lugar da excentricidade em situações depreciativas, enquanto médicos, apresentadores e empresários reproduzem a dicotomia normalidade e anormalidade” (p. 37). Nos *reality-shows*, muitas vezes, o “monstruoso” é equivalente ao drama pessoal, à angústia individual – ou ao “tipo certo de loucura”. Assim, pessoas angustiadas são procuradas para estrelar o espetáculo da televisão e, aparentemente, nenhum cuidado é tomado no sentido de tratar os participantes desses *reality-shows* na sua singularidade acolhendo seus dramas e aflições, uma vez que a preocupação parece ser expô-las a partir da exploração de algo que lhes é peculiar.

Tomemos como exemplo a rede de televisão norte-americana TLC¹⁷ que produz uma série de programas do tipo *reality-show*, entre eles o programa que será objeto de estudo deste trabalho, a ser analisado no capítulo 5. Em seu *website* há uma página denominada *Casting*¹⁸ onde são postados anúncios para captar possíveis interessados em participar dos programas. Os diversos anúncios reforçam a ideia de que os futuros participantes devem possuir alguma característica singular que requer intervenção e transformação, e que os programas estão aí para oferecer-lhes a ajuda necessária. Esta rede de televisão parte da premissa de que há um sofrimento que precisa de cura. Por

¹⁶ A nomenclatura *freak shows* refere-se, segundo a autora, à exposição espetacular de corpos considerados “estranhos” em feiras ou no circo, por exemplo. Souza (2013) considera que os *freak shows* não deixaram de existir, mas foram deslocados para a televisão onde corpos “estranhos” continuam a ser expostos e explorados.

¹⁷ A abreviação TLC se refere ao nome original desse canal televisivo: *The Learning Channel*. Diversos de seus programas são transmitidos na TV por assinatura no Brasil por diferentes canais. Segundo artigo de Sargent, JF (Disponível em: <http://www.ranker.com/list/7-tv-channels-that-forgot-what-they_re-about/jf-sargent?format=SLIDESHOW&page=1>. Acessado em 22 de abril de 2016), em 1991 o canal foi comprado pela rede *Discovery Channel* que, aos poucos, foi tornando seu conteúdo menos informativo e mais sensacionalista.

¹⁸ <http://www.tlc.com/tv-shows/other-shows/about-our-shows/tlc-casting/> (acesso em 29 de fevereiro de 2016).

exemplo, há um programa que se chama *My Strange Addiction*¹⁹ cujo anúncio pede que a pessoa ou algum conhecido que “sofre de uma compulsão estranha” envie para a produção do programa uma descrição do “comportamento fora do comum que possui e de seu impacto na sua vida diária”²⁰. A partir de um anúncio como este, é fácil pressupor que quanto mais a produção considerar a compulsão como *grotesca* – segundo conceito de *grotesco* na perspectiva de Sodré (1983), mais interesse terá em levar a história ao ar.

Outros anúncios procuram, por exemplo, por pessoas extremamente “sovinas” ou ainda por pessoas que sejam *transgênero* e *obesas* e que estejam aptas a passar por cirurgias e terapias hormonais. Há também anúncios que buscam pessoas que estejam passando por situações de crise pessoal, que tenham passado por uma perda recente, um término de relacionamento difícil ou que achem que sua aparência as impeça de conseguir um trabalho ou um relacionamento. Ou seja, os programas estão claramente buscando pessoas que estão vivendo algum tipo de sofrimento cujos dramas pessoais possam ser expostos e explorados.

Todos esses exemplos mostram como o que mais importa para o *homem-espetáculo* é o quanto sua história pode ser transformada em narrativa espetacular de transformação e, portanto, como diz um dos anúncios, inspiração. Aqui cabe, também, a reflexão sobre quem são os participantes desses programas e o que os motiva a, voluntariamente, submeterem-se a tamanha exposição. Abramo (2008) levanta a hipótese de que o que essas pessoas buscam é sentir-se “normal”. Em suas palavras:

Mais do que o exibicionismo, elemento número um de qualquer reality, nessa modalidade o que parece mover essa gente a procurar a TV e não o médico, o padre, as drogas ou a aceitação zen, face a sua esquisitice fora de controle, é a possibilidade de passar por uma espécie de calvário feito de vergonha e culpa, mas com final "normal" e, portanto, feliz. (Abramo, 2008).

Uma outra questão está relacionada aos critérios utilizados para a seleção final de quem participará dos programas. Seria o “tipo certo de loucura” realmente um critério sendo colocado em prática pelas produtoras? No capítulo 3 foram mencionados alguns

¹⁹ Título em português: *Minha Estranha Obsessão*.

²⁰ Tradução livre feita pela autora deste trabalho.

casos de polêmicas envolvendo *reality-shows*. Schuster (2016), em reportagem para o *site NY Post*, lista 21 casos documentados de suicídio de ex-participantes desses programas no decorrer de uma década (entre 2004 e 2016) e levanta questões referentes ao processo de seleção, principalmente em relação à avaliação psicológica e à checagem de antecedentes realizadas. Ela entrevistou o psicólogo Richard Levak que trabalhou em alguns desses programas que disse notar que existe certo fascínio por alguma “volatilidade na televisão”. Em suas palavras: “Geralmente, os produtores gostavam de pessoas com as quais eu estava desconfortável por razões psicológicas. Elas eram, obviamente, as mais interessantes e atraentes.”

Schuster (2016) ressalta que, em função dos elevados custos dos procedimentos de avaliação psicológica e checagem de antecedentes, muitas vezes, eles não são tão abrangentes quanto deveriam ser. Um ex-participante do *reality The Bachelorette*²¹ entrevistado pela reportagem conta que os questionários que preencheu se tratavam mais de obter “munição” para ser utilizada depois. Ele conta que, por exemplo, “se você tem medo de altura, eles farão você pular de um penhasco.” (...) “Eles querem saber a sujeira para que possam criar uma história a seu respeito”. E complementa: “Eles (os participantes) não se inscreveram para serem retratados como o *valentão*, a *vagabunda* ou o bêbado, mas eles assim o foram porque isso traz audiência e audiência significa dólares.”

Segundo Debord (1997), o indivíduo da sociedade do espetáculo tem sua personalidade suprimida e está cada vez mais afastado da possibilidade de ter experiências autênticas. Ele deve “desdizer-se sempre se desejar receber dessa sociedade um mínimo de consideração” (p. 191). Nesse sentido, Milan (2006) ressalta ainda o fato de que o homem contemporâneo está imerso na banalidade e, com isso, vive “um empobrecimento do contato com a própria subjetividade e a concomitante alienação das experiências cognitivas e afetivo-emocionais”. (p. 195) Ou seja, o homem busca ser e “encaixar-se” na sociedade e, por isso, deixa de procurar o que é autêntico em si para,

²¹ *The Bachelorette* é uma versão invertida do programa original, o *The Bachelor*, onde mulheres solteiras disputam entre si para namorar ou até mesmo casar com um cobiçado homem solteiro (o *Bachelor* em questão). Em *The Bachelorette*, homens solteiros disputam para namorar ou até mesmo casar com uma mulher solteira, a *Bachelorette*. A tradução literal do nome do programa é *A Solteira*.

mobilizado por sua angústia, apropriar-se do autêntico do outro. Como pontua a mesma autora:

Assolado pela angústia frente à perda de contato com sua própria subjetividade, pressionado pela velocidade do mundo da produção, destituído de seu lugar de agente nas relações sociais sem contrato, sem regras ou sistema de valores definido e impelido ao consumo desenfreado, o ser humano busca eco para suas vivências em reality-shows. (Milan, 2006, p. 195)

No mundo dos *reality-shows*, há uma aparente autenticidade construída por meio de uma narrativa que mostra a saga de transformação do homem espetacularizado transformando-a em objeto de desejo do homem comum que com ela se identifica.

É o espetáculo do inautêntico tratado como autêntico e recebido como autêntico pela audiência ávida por encontrar no outro um pouco de si e ver-se, assim, eximida das suas culpas e angústias e da sua própria inautenticidade. Cabestan (2010) discute o autêntico/inautêntico sob a perspectiva de Heidegger e aponta que o indivíduo “autêntico ou verdadeiro si-mesmo assume sua existência e, por consequência, tanto a contingência de seu ser como sua liberdade.” (p. 1). Ou seja, o homem autêntico é responsável por si mesmo e pelas consequências de suas escolhas. O *homem-espetáculo*, ao contrário, tem sua existência legitimada e sua identidade reafirmada exclusivamente pelo público que o assiste.

O homem da sociedade do espetáculo é um homem cindido que está constantemente navegando entre as fronteiras do real e da representação, entre o público e o privado, entre quem ele é e o que querem que ele seja. Tais fronteiras apresentam-se de maneira bastante tênue e, nem sempre permitem que os indivíduos as diferenciem abrindo espaço para o surgimento da “falsificação da vida social construída cuidadosamente pelo espetáculo” (Belloni, 2003, p. 135). No mundo contemporâneo, não se sabe se o sujeito é sua representação ou se sua representação é o sujeito e é aí que vemos surgir a espetacularização da vida comum e do homem comum nos *reality-shows*. Como diz Debord (1997), “numa sociedade em que ninguém consegue ser reconhecido pelos outros, cada indivíduo torna-se incapaz de reconhecer sua própria realidade. (...) A separação constitui seu próprio mundo”. Assim, o homem destitui-se de si mesmo para tentar ser no espetáculo.

O *homem-espetáculo* está, portanto, imerso nesse mundo em que a “imagem pode ser mais crível que o original” e em que “o espaço televisivo enquanto simulação do mundo é narcísico por si mesmo” (Sodré, 1984, p. 37 e p. 41) e, permite e estimula, portanto, tornar o homem a atração principal. Um mundo onde a vida televisionada é mais real e desejada que a vida privada sem holofotes (Bauman, 2001, p. 99). Mundo esse onde o eu é determinado pela narrativa do espetáculo em oposição a ser desvelado durante a trajetória do existir. Para ser, neste mundo, o homem precisa ser a narrativa. Para tal, ele torna o privado público e ao buscar o autêntico produz o inautêntico. O *homem-espetáculo* não é quem ele é. Ele não é ele, é “a gente” no sentido Heideggeriano que segundo Spanoudis (1981) significa a “opinião pública que domina a maneira de ser com os outros” (p. 21). Ou seja, ele é angústia aplacada por imagens.

Heidegger, assim como os demais autores apresentados neste capítulo, entende o homem pós-moderno como um ser que não consegue lidar com sua angústia e busca modos para evitá-la, sendo a sociedade do espetáculo um modo de se viver na impropriedade, onde o homem perde a familiaridade com ele próprio (Haar, 1990, p. 221).

A análise realizada no capítulo 5 aprofunda a relação entre a fenomenologia heideggeriana e a sociedade do espetáculo.

5. Análise: uma leitura fenomenológica do *homem-espetáculo*

5.1 Descrição do *reality-show* *Esquadrão da Moda*

O programa *Esquadrão da Moda* terá sua décima e última temporada transmitida em 2016, o que significa que esteve no ar por dez anos. O fato de estar na televisão por tanto tempo é indicador do sucesso do programa junto ao público. Ao longo desse período, foram realizadas cerca de 350 transformações. É dessa maneira que o programa se apresenta ao público: um realizador de transformações. Segundo o site brasileiro do programa, “Esquadrão da Moda chega à temporada final com transformações emocionantes de estilo e atitude”. E ainda: “Cada episódio de Esquadrão da Moda apresenta a história de uma mulher indicada por parentes e amigos para uma transformação radical na imagem. Nas mãos dos experts Stacy e Clinton, uma mudança total acontece na vida delas”²².

Os programas do tipo *reality-show*, em geral, possuem uma estrutura pré-definida e neste caso não é diferente. Ele apresenta momentos chave – detalhados abaixo – que se repetem em todos os episódios. Para facilitar o entendimento, neste trabalho, esses momentos-chave receberam as denominações apresentadas a seguir.

a) Início

No caso de *Esquadrão da Moda* quem nomeia a pessoa para participar do programa são familiares ou amigos. Assim, todos os episódios começam com seus depoimentos sobre porquê indicaram a pessoa. Esses depoimentos procuram realçar o que a pessoa tem de inadequado na visão deles e, logo, porque ela precisa da *ajuda* do programa. Além disso, familiares e amigos também costumam inferir hipóteses ou expressar sua opinião em relação às questões particulares da pessoa que refletem no seu jeito de se vestir, destacando, por exemplo, dificuldades em seus relacionamento familiares ou amorosos ou mesmo algum evento traumático de sua história de vida, tal como uma doença grave que foi superada.

Para corroborar com o que os parentes e amigos estão dizendo, são exibidas imagens de filmagens da futura participante, feitas secretamente pela produção do programa com a ajuda destes, em situações cotidianas. Tais cenas costumam mostrá-la

²² <http://discoverymulher.uol.com.br/beleza/esquadrao-da-moda-2/> (acesso em 29 de fevereiro de 2016)

como uma pessoa cheia de problemas os quais se refletem em sua maneira de se vestir. Normalmente, os apresentadores fazem caras de espanto e desgosto para ressaltar que há algo errado que requer uma transformação.

b) *A emboscada*

Para abordar a pessoa e confirmar seu interesse em participar do programa, a produção organiza o que eles chamam de *emboscada*. Tal *emboscada* é uma situação fictícia em que a participante pensa que está indo fazer algo corriqueiro da sua vida, como participar de uma reunião de trabalho ou ir a um recital do seu filho, e durante o evento em questão é surpreendida por Stacy, Clinton e os câmeras que os acompanham. Após a surpresa da participante, Stacy e Clinton se apresentam e oferecem a quantia de 5000 dólares para serem gastos na renovação do guarda-roupa se, e somente se, a participante aceitar participar do programa e se desfazer de todas as roupas e acessórios que possui.

c) *As filmagens secretas*

Uma vez que a pessoa está de acordo, eles a levam junto com alguns de seus familiares ou amigos para assistir às filmagens feitas em segredo, e, nessa hora, os especialistas apontam todos os defeitos possíveis que ela tem ao se vestir. Nesse momento, a pessoa fala a respeito de sua autoimagem ao se ver nas filmagens e também escuta o depoimento de amigos e familiares que dizem porque entendem que ela deve mudar e como seu jeito de ser está prejudicando sua vida.

d) *O espelho de 360 graus*

Após assistir às filmagens secretas, o próximo passo é ir para o espelho de 360 graus para um momento de auto-avaliação e de ser avaliada em mais detalhe pelos especialistas. Nesta etapa, a participante deve vestir três modelitos que usaria em três situações cotidianas e, em seguida, entrar no espelho onde descreve seu estilo. Ali, mais uma vez, ouve a opinião dos apresentadores a respeito de quem é baseada no que ela veste. Intercaladas com as cenas no espelho, Stacy e Clinton apresentam sugestões de modelitos que eles consideram mais adequados para a pessoa e oferecem dicas de estilo

e moda. Uma vez que a pessoa confirma que entende as diretrizes de moda que deve seguir, ela tem dois dias para ir às compras e gastar os 5000 dólares.

e) O exame do guarda-roupa

Após a etapa do espelho de 360 graus, o guarda-roupa da pessoa é levado para o estúdio. Algumas peças do seu acervo pessoal são expostas de maneira emblemática com destaque para os defeitos que apresentam e, então, jogadas fora. Todas as roupas da participante são jogadas no lixo e as câmeras enfatizam o sofrimento da participante ao ver isso acontecer. Desfazer-se de todas as suas roupas é pré-requisito para receber os 5000 dólares e ir às compras. Se a participante se negar a se desfazer do seu guarda-roupa atual, ela não recebe o dinheiro.

f) As compras

Uma equipe de filmagem acompanha a participante durante suas compras e, ao final do primeiro dia, algumas cenas são exibidas aos apresentadores que, mais uma vez, criticam suas escolhas e, eventualmente fazem algum elogio. No segundo dia, os apresentadores vão às lojas junto com a participante para ajudá-la a fazer melhores escolhas.

g) Cabelo e maquiagem

Por fim, depois das compras é chegada a hora da revelação do resultado da transformação. Ou seja, é chegada a hora de mostrar ao público as mudanças de estilo alcançadas. Porém, antes, é necessário completar a transformação da participante com uma maquiagem adequada e um novo corte de cabelo que combinem melhor com a “nova mulher” que ela se tornou e que realcem seu novo visual. A participante não pode escolher como deseja seu cabelo e maquiagem, devendo aceitar as recomendações dos especialistas em cabelo e maquiagem.

h) A revelação

Após todo o processo descrito acima, a participante aparece para o público e para os apresentadores que a esperam no estúdio. Antes, o programa mostra dois ou três modelitos do seu novo guarda-roupa e o novo corte de cabelo, bem como a maquiagem.

Stacy e Clinton invariavelmente exaltam como agora ela está incrivelmente linda e que o resultado ficou maravilhoso. Aqui, a participante se olha no espelho – que dessa vez é um espelho comum, de corpo inteiro – e comenta o que achou de tudo junto com os apresentadores.

i) O encerramento

Após revelar-se para os apresentadores e para o público são mostrados os itens novos comprados com os 5000 dólares e algumas cenas da participante usando as peças do seu novo guarda-roupa.

Para finalizar o programa e completar a saga da transformação, a participante aparece para seus amigos e familiares em um evento onde alguns deles comentam sobre suas expectativas antes dela aparecer e também dizem o que acharam da transformação após verem o resultado final.

Os episódios terminam com um depoimento final da participante intercalado com imagens dela, aplicando seu novo estilo em uma simulação do seu cotidiano, com filmagens feitas nas ruas de sua cidade em situações corriqueiras.

5.2 Descrição do episódio 18, temporada 8 do *reality-show Esquadrão da Moda*: a transformação de Denise²³

A seguir, para cada etapa descrita anteriormente do programa *Esquadrão da Moda*, são apresentados excertos extraídos do episódio 18 temporada 8 que conta a história de transformação de Denise. A escolha deste episódio se deu em função de Denise parecer uma escolha óbvia para o programa por vestir-se e maquiarse de uma maneira incomum e que chama a atenção – fato que, certamente, incomoda aqueles que a inscreveram para participar.

A descrição deste episódio, disponível no *site* do programa²⁴, apresenta Denise como uma “obra de arte ambulante” por seu estilo colorido e cheio de brilho. Na introdução do episódio, os apresentadores se perguntam: “Poderia uma semana em Nova

²³ O nome da participante é utilizado conforme exibido no episódio de domínio público.

²⁴ Disponível em <http://www.tlc.com/tv-shows/what-not-to-wear/makeunder-makeover/> (acessado em 05 de março de 2016)

lorque convencer Denise que tanto *glitter* exterior está tirando seu brilho interior?” e “Onde termina esta festa à fantasia de cores e onde começa a verdadeira Denise?”.

a) Início

No caso de Denise, foram algumas companheiras de trabalho que a nomearam, sendo esta a segunda tentativa. Uma delas diz que a nomeou porque ela é um pouco exagerada ao se vestir e que ela é assim porque precisa encontrar uma maneira de se destacar, dentro da sua família, em comparação às suas irmãs de maneira a criar sua própria identidade.

b) A emboscada

A *emboscada* de Denise acontece em seu ambiente de trabalho onde foi simulado que ela estaria gravando um comercial para a companhia aérea para a qual trabalha. Stacy e Clinton a surpreendem durante as filmagens do suposto comercial e perguntam se ela aceita participar. Ao aceitar, Denise se diz um pouco assustada com o que pode acontecer porque diz conhecer o programa e alerta que vai ser difícil encontrar algo que ela goste e que Stacy e Clinton também gostem.

c) As filmagens secretas

No episódio de Denise, logo antes de assistir às filmagens secretas que fizeram dela junto com duas amigas do trabalho e com os apresentadores, Clinton pergunta em tom de ironia se ela está surpresa por ter sido escolhida para participar do programa e ela responde que está bastante surpresa.

Durante a exibição das filmagens, os apresentadores falam que ela usa acessórios demais e perguntam como ela se vê na TV, ao que ela responde que acha que está mais “bonitinha e charmosa”²⁵ do que pensava que apareceria. Então, o apresentador complementa dizendo que, ao se vestir da maneira como se veste, ela está interpretando um papel e Denise responde que parece apenas uma garota comum. Ela ainda completa dizendo que quer vejam quem ela é por dentro. Stacy, então, pergunta: “Como alguém pode te conhecer por dentro se por fora você chama tanto a atenção?”.

²⁵ No áudio original, Denise diz “cute”, expressão aqui traduzida como “bonitinha e charmosa”.

Suas amigas ainda dizem que quem não a conhece a julga antecipadamente e que, muitas vezes, as pessoas tiram fotos dela e que isso a magoa e que eles não querem que ela fique magoada. Os apresentadores perguntam se ela acha que sem toda a maquiagem ela não seria atraente e ela concorda.

Por fim, suas amigas dizem ainda que ela é genuína e tem muito a oferecer, porém, às vezes, passa a impressão errada. Stacy diz que é impressionante como as amigas dizem que ela é genuína, mas sua aparência não demonstra ser genuína.

Ao final, perguntam à Denise se ela aprendeu algo e ela diz que eles disseram algumas coisas válidas e que ela precisa pensar a respeito. Em um depoimento fora da cena diz que quer ser fiel a si mesma e a quem ela é como forma de justificar a escolha de suas roupas.

d) O espelho de 360 graus

Nesta parte do programa, Denise fala porque gosta das roupas que escolheu e como elas refletem sua personalidade com o brilho e as cores e que gosta de usar o que acha “bonitinho e charmoso”. Ela usa essa expressão com bastante frequência para descrever suas escolhas, em um tom de voz quase infantilizado.

Os apresentadores rebatem o que ela diz com perguntas e comentários como: “Pra quem você está embrulhada pra presente?”; “E esse visual representa quem você diz que é?”; “Suas roupas dizem: olhe pra tudo isso pra não olhar pra mim.”; “Você percebe que tudo o que falta são duas orelhas de coelho e esse modelito estará completo?”; “Que tipo de homem você quer conhecer? Você não acha que esse homem vai correr em outra direção quando te ver?”; “Eu sinto que não a conhecemos ainda e não podemos vê-la. Então, como esse homem poderá vê-la?”; “Você não quer que as pessoas riam de você, mas isso acontece.”; “Você não se leva a sério e este é o seu charme, mas porque você se prende tanto a isso?”

Denise sempre responde dando a entender que gosta do que vê no espelho porque diz que está “bonitinha e charmosa” e que espera que as pessoas ou os homens conversem com ela para conhecer além do que veem.

Fora do espelho, durante as sessões para ouvir as dicas de moda e estilo, mais comentários do mesmo tipo são feitos para Denise como, por exemplo, “Queremos que você mostre sua personalidade através das suas roupas, mas de uma maneira mais

sofisticada porque temos certeza que [esta sofisticação] está dentro de você.” Ou ainda: “Parece que você está querendo aparentar que brinca com seu cérebro. Por que você faz isso de propósito?” “Você pode usar algo feminino sem precisar que seja sexy demais.”; “Você acha que se mudasse bastante ainda poderia conhecer um bom rapaz?” Denise responde de maneira evasiva dizendo que nunca havia pensado sobre essas questões. Entre os comentários dos apresentadores e as respostas de Denise a edição dá ênfase às caretas e caras de cansaço de Stacy e Clinton para enfatizar o comportamento inadequado da moça. Ao final lhe perguntam: “Você aprendeu algo?” Ao que ela responde: “Não ser tão exagerada.”.

e) O exame do guarda-roupa

No episódio de Denise, os apresentadores abrem a cena dizendo “O problema com seu guarda-roupa é que você precisaria estar no topo de um bolo ou em um desfile” e terminam assim: “Como vamos te convencer que esse não pode ser o seu futuro? Você tem muitas coisas pra usar numa festa à fantasia e nada pra usar na vida. (...) Você vai começar do zero e esperamos que você aprenda algo com essa experiência, mas talvez você não aprenda nada.” Denise, em um depoimento exibido após essa cena, diz que o mais difícil é que eles estão fazendo com ela pense sobre si mesma.

f) As compras

Antes de Denise sair às compras, a produção pergunta: “Após dois dias de compras, a verdadeira Denise poderá ser revelada?”.

Antes de assistir ao vídeo das compras, Clinton debocha, imitando o jeito dela falar usando a mesma entonação e vocabulário que ela usaria: “bonitinha e charmosa”. Em outro momento, mostram uma cena de Denise andando de costas e ele diz que se seu cabelo fosse azul, ela pareceria a Marge Simpson.

Durante as compras, a produção toma alguns depoimentos de Denise. Em um dado momento ela diz: “É difícil me desvincular das roupas temáticas porque a vida é uma série de festas temáticas” e Stacy comenta ao assistir “Se eu quisesse me afastar da realidade, viveria na Deniselândia também”.

Em outro depoimento, Denise diz que não sabe quem é de verdade e que espera que através desse processo ela possa descobrir um pouco mais sobre si mesma. Ao que

Stacy comenta: “Isso estranhamente tem sentido. Se você não sabe quem é porque não ser um personagem que você coloca e tira como uma roupa?” E Clinton: “Sim, mas quem é a verdadeira Denise atrás de tudo isso?”.

No segundo dia, quando Denise chega à loja em que eles estão para ajudá-la a escolher melhor suas roupas, Clinton diz que ela parece uma torta de limão ambulante. Em determinado momento, Denise fala novamente sobre não saber quem é: “Não sei quem sou. Não sei meu objetivo e propósito na vida e estou tentando descobrir, mas sinto que estou muito longe disso.” Clinton, então lhe pergunta: “Você acha que seu visual está te impedindo de atingir seus objetivos?” Ao que Denise responde: “Não sei. Muito profundo pra mim.”.

g) Cabelo e maquiagem

Já na fase final do episódio, a maquiadora diz a Denise que ela é um mistério que quer desvendar e pergunta se quando se olha no espelho sem maquiagem se ela vê a Denise, ao que ela responde: “Eu acho que não sei quem Denise é, e descobrir quem você é, é um processo na vida. As pessoas vão te julgar sempre. E não me importo se as pessoas pensam se sou bonita ou se gostam da minha maquiagem porque sempre estarão julgando.”.

Ao se olhar no espelho com a maquiagem feita segundo os padrões do programa, Denise diz que não amou o resultado porque é muito conservador. A maquiadora comenta que ao retirar os cílios postiços e os lábios desenhados, tirou o que lhe dava segurança e pede que ela procure ficar pelo menos 24 horas assim para ver como se sente. Ao final pede um abraço e diz: “Você está tão desconfortável nesse momento.”.

Em relação à transformação como um todo, em um depoimento à parte, Denise diz: “Os cílios vão voltar. Eu sei que vou gostar, mas não vou amar.”.

h) A revelação

No episódio de Denise, antes da revelação da transformação, a narração diz: “Denise irá se sentir brilhante sem todo o brilho? Vamos descobrir.”.

Quando ela aparece, os apresentadores capricham na cara de espanto e fazem comentários do tipo: “Meu Deus, você está tão bonita!”; “Achei que nunca saberia como seu rosto realmente é. Olha o que estava escondido debaixo de tanta maquiagem.”; “Você

está muito atraente. Agora podemos ver como você é charmosa.”; “Você está tão sofisticada. Essa é uma mulher que eu gostaria de conhecer. Me sinto atraído por ela, mas também quero saber o que mais ela tem para oferecer.”; “Você está fenomenal. Esta é uma transformação impressionante.” E Denise apenas diz que nota a diferença, mas precisa de mais cílios e mais lábios.

i) O encerramento

São mostradas algumas imagens das roupas e acessórios que Denise comprou e a narração diz que agora ela tem “um novo e sofisticado guarda-roupa com menos brilho e mais roupas básicas”.

Antes de revelar-se no evento final, Denise diz em depoimento que fez muita coisa nessa semana que não achava que seria capaz de fazer, mas no fim, acha que voltará a ser a Denise “fantástica” de antes.

Depois que aparece para seus familiares e amigos, os depoimentos colhidos pela produção reforçam a opinião dos apresentadores de que a transformação foi impressionante e que era necessária para enxergarem mais a verdadeira Denise e para ela mesma enxergar melhor quem é.

Denise, em seu depoimento final, diz: “Esse processo foi incrível. Ele abriu meus olhos para tantas coisas que eu não conhecia. Aprendi muito. Acho que sou uma pessoa melhor e mais profunda. Mas, por enquanto, acho que vou definitivamente voltar a ser a *Denise-ilicious* (sic)²⁶. Talvez eu não precise ter um cabelo tão armado ou não precise de cílios tão grandes e tão grossos. A realidade é que no fim eu sou apenas a “Denise” que não se importa com o que os outros pensam. Eu gosto da minha vida e gosto que ela seja uma aventura. Definitivamente, não terei que me acostumar com esse visual porque ele não vai durar.”

O “antes e depois” de Denise

As fotos a seguir retratam o “antes e depois” da transformação de Denise. Ou seja, mostram como Denise se apresenta no início do programa (antes) e ao final do programa ao colocar em prática as recomendações dos especialistas (depois).

²⁶ Denise aqui faz uma brincadeira com seu nome e a palavra *delicious*, em referência a como se sente “deliciosa” sendo a Denise que é.



antes

depois

Imagens do programa disponíveis na Internet²⁷

5.3 Uma leitura fenomenológica do *homem-espetáculo* em *Esquadrão da Moda*

Ver Denise pela primeira vez chama a atenção. Suas roupas são de cores fortes e “chamativas” - com muito cor-de-rosa em diversos tons - curtas e decotadas, complementadas por acessórios (brincos e/ou colares) grandes e laços de cabelo que combinam com sua roupa (da mesma cor ou estampa). Seu cabelo tem um tom de loiro muito acentuado, no estilo loiríssimo descolorido e é bastante armado, no estilo da cantora Amy Winehouse. Além disso, é fácil notar a maquiagem carregada, com cílios postiços, sombra carregada e lábios desenhados para parecerem maiores. Denise não é, portanto, o tipo de pessoa que passaria despercebida ao caminhar na rua, chamando a atenção por ser extravagante.

²⁷ Imagens encontradas através de busca realizada pelos termos “What Not To Wear” e “Denise” no buscador Google Imagens em 14 maio de 2016.

Seu visual peculiar leva a pensar que ela foi escolhida para participar do programa porque se encaixa perfeitamente no *grotesco chocante*, aquele que “arranca a audiência de sua triste paralisia” segundo retratam Sodré e Paiva (2002) (p. 134). Em nome da audiência, os *reality-shows* exploram esse tipo de *grotesco* e dão “voz e imagem a energúmenos, ignorantes, ridículos, patéticos, violentados, disformes, aberrantes” (p. 133), “para transformar em espetáculo o seu sofrimento pessoal, a sua aberração existencial” (p. 134). Aqui, a televisão entra como o “objeto mítico, capaz de transformar a borralheira em princesa, ao ritmo da varinha de condão do apresentador” (p. 135).

O *grotesco* capta o olhar e, por isso, é explorado e espetacularizado. Muitos poderão se identificar com ele e outros tantos desejarão se diferenciar dele. De uma forma ou de outra, todos assistem. No caso de *Esquadrão da Moda*, o *grotesco* é, ainda, apresentado como aquele que carece de correção e, por isso, deve ter sua narrativa de transformação espetacularizada. .

A partir da descrição apresentada no item anterior, nota-se que o programa *Esquadrão da Moda* evidencia que a pessoa, no espetáculo, deve passar a ser quem ela entende que os outros querem que ela seja. Ele torna evidente, também, a busca pelo ser “normal”, adequado à norma social vigente, e mostra, como lembra Foucault (2001), como a norma está ligada a uma técnica positiva de intervenção e transformação. Por meio da normatização, exerce-se a coerção, a dominação e a correção para que o outro “melhore”. Assim, as pessoas devem se adequar ao ideal de valores que pauta o modo de ser da individualidade no mundo pós-moderno, segundo um estilo de sujeito que é positivamente destacado na atualidade (Birman, 1999).

Em *Esquadrão da Moda*, para se adequar à norma, as participantes devem aceitar a intervenção proposta por seus familiares e/ou amigos e submeter-se à transformação escolhida pelos produtores do programa. Os familiares e amigos indicam a participante porque querem que ela se adeque ao que eles entendem como normal e, por isso, ela deve passar pelo processo de intervenção e transformação. É preciso que essas participantes sejam corrigidas e passem a agir segundo o que eles consideram correto. Ou seja, elas devem usar roupas que exaltem sua personalidade de acordo com as regras sociais vigentes na atualidade.

Na introdução do episódio de Denise, os apresentadores se perguntam: “Poderia uma semana em Nova Iorque convencer Denise que tanto *glitter* exterior está tirando seu

brilho interior?” e “Onde termina esta festa à fantasia de cores e onde começa a verdadeira Denise?”. Nota-se aqui que, além de propor uma intervenção pontual e eficaz, a narrativa do programa parte da premissa de que existe uma Denise que precisa ser revelada ao público e a ela mesma e que esta Denise é a verdadeira, ou seja, a Denise da narrativa do programa é quem ela é e deve ser, e isso ocorreria a partir dessa transformação que lhe é sugerida.

Nesse sentido, o programa funciona como um simulacro do mundo contemporâneo reproduzindo a relação do homem com os outros no que Heidegger denomina “circumundaneidade” que é o existir cotidiano ou o modo “básico e habitual de ser” onde o modo de *ser-com-os-outros* é o da massificação, “o modo do “ninguém”, da inautenticidade, do “a gente”. (Critelli, 1981, p. 65). Isso significa que no programa, familiares, amigos e a produção, buscam fazer com que a participante seja “a gente”. Ao ser “a gente” ela se torna o que lhes é mais familiar e confortável, uma vez que estar nesse lugar significa ser como os outros são, ser como todos são e fazer o que se deve fazer. Segundo Critelli (1981), “esse ser-com-os-outros cotidiano é o lugar do nivelamento ou ‘uniformidade’, onde tudo é de todos, onde estamos sempre à mercê do arbítrio do ‘a gente’” (p. 65).

Ainda, segundo a autora (p. 66), este mundo “caracteriza-se pelo estar levando ou arrancando sempre cada ser-aí de uma condição de existência para outra”, porém isso “não implica que se arranque de uma situação de inautenticidade para outra de autenticidade”, uma vez que o que é da esfera do “a gente” mantém apenas o inautêntico. Assim, o mundo conduz o homem de uma condição de existência imprópria para outras de mesmas características. O *reality-show* reproduz essa lógica. Ele se quer revelador e transformador, porém, ao final, apenas faz com que a participante passe a seguir regras pré-estabelecidas de acordo com o socialmente esperado para sua faixa etária, profissão ou círculo social, promovendo um modo de ser que não lhe é autêntico por lhe ser dado pelo outro.

Além disso, o programa reproduz uma concepção de homem atravessada pelo raciocínio pragmático e tecnológico da modernidade, onde como analisou Haar (1990) em “Heidegger e a essência do homem”, o sujeito é entregue “ao Poder tecnológico, ao uso, à usura, ao consumo”. Aqui, ele é “sujeito utilizado, explorado, consumidor e consumido” (p. 214). O homem preso na técnica esquece o fundamental e se aproxima mais daquilo

com o que tem contato imediato, dos entes e menos de si mesmo e do que lhe traz sentido. Similarmente, o *reality-show* olha apenas para o que se apresenta e no caso de *Esquadrão da Moda* o que se apresenta é o vestuário, o cabelo e a maquiagem. Tudo isso se torna mais importante que o homem em si. O *homem-espetáculo* é a narrativa de si construída pela edição das imagens e, neste caso, da sua transformação. Não há espaço para aprofundar nenhuma questão, como verbaliza Denise ao ser perguntada se achava que seu visual a impedia de atingir seus objetivos: “Não sei. Muito profundo pra mim.” Questões profundas não encontram espaço em um ambiente onde tudo pede uma resolução rápida, limpa e eficaz. Denise diz que o programa a faz pensar sobre si mesma, no entanto, o próprio programa não possibilita tempo para isso, pois impõe ações, compras, decisões e uma gama de práticas espetacularizadas.

Assim, as intervenções realizadas pelo programa apresentam o mesmo caráter mágico das pílulas: são pontuais e rápidas, “onde o registro das histórias dos sujeitos é absolutamente algo secundário” (Birman, 1999, p. 43), importando tão somente o resultado exitoso da intervenção sob o ponto de vista da produção do programa e das pessoas que inscreveram os participantes.

Em teoria, a participante é ouvida. Denise, em vários momentos aparece dizendo o que pensa e o que está sentindo. No entanto, sua história apenas interessa para compor a narrativa da transformação. Não importa o quanto ela se acha “bonitinha e charmosa”, todos os demais entendem que ela deve mudar o seu modo de ser para melhor, se adequar aos padrões sociais vigentes. Não importa também se o processo despertou reflexões a respeito de si mesma com as quais ela não consegue lidar no momento. Tudo tem que acontecer na velocidade que requer o programa, ou seja, no prazo de cinco dias. Assim, algumas de suas reflexões são usadas como forma de caracterizar a “Denise-espetacular”, compondo a personagem caricata que parece, nas palavras do programa, “uma obra de arte ambulante” por seu estilo colorido e cheio de brilho. Suas reflexões também foram criticadas e desqualificadas pelos especialistas como, por exemplo, quando Stacy disse: “Se eu quisesse me afastar da realidade, viveria na *Deniselândia* também”. Porém, Denise não pode aprofundá-las e parece desejar fazê-lo ao comentar diversas vezes que não sabe quem é e que está em um processo de descoberta sobre si mesma. Seu tempo não é respeitado no Programa. No entanto, ainda que ceda à transformação, Denise, ao final diz que o visual “não vai durar”, demonstrando alguma

resistência à transformação que lhe é imposta, em uma tentativa de respeitar seu próprio tempo e tentar construir seu próprio caminho.

O homem contemporâneo e, conseqüentemente, o *homem-espetáculo*, que pode ser entendido aqui como símbolo desse homem contemporâneo, é incapaz de esperar e se deter em suas questões. Como lembra Haar (1990), “Somos incapazes de suportar a lentidão do que amadurece por si mesmo, e forçamo-lo a amadurecer mais depressa. Detestamos o silêncio e a paciência” (p. 220). O silêncio perturba porque dá espaço para as questões mais profundas da existência e tais questões angustiam. Para se proteger, o homem se refugia “na ausência de questionamento” (p. 219). Nesse caso, o homem angustiado se refugia no espetáculo que é, portanto uma estratégia perfeita para fugir do silêncio e, com sua impossibilidade de deter-se no tempo, soluciona de forma rápida questões complexas.

Enfatizar que algo “vai mal” com a participante e que precisa ser arrumado rapidamente repete-se constantemente durante os episódios do *reality-show*. Toda a narrativa é construída em torno de uma desejada e necessária transformação. Para isso, a produção e os apresentadores procuram acrescentar drama à edição, seja através de comentários e críticas humilhantes e perniciosos, de depoimentos com caráter confessional (das participantes e de seus familiares e amigos) ou utilizando chamadas introdutórias que despertem a atenção para o que vem a seguir, como, por exemplo, na cena antes de Denise sair às compras, em que a produção pergunta: “Após dois dias de compras, a verdadeira Denise poderá ser revelada?”. Ou, ainda, antes da revelação quando o narrador diz: “Denise irá se sentir brilhante sem todo o brilho? Vamos descobrir.”.

No início dos episódios, as filmagens secretas mostram a participante como uma pessoa cheia de problemas que se refletem em sua maneira de se vestir. Os especialistas, seus *salvadores*²⁸, irão ajudá-la a se encaixar no que seus amigos, familiares e a sociedade esperam e, por isso, apontam, o que está errado e precisa mudar. Aqui, fica claro que o objetivo é fazer a pessoa sentir-se envergonhada e, até mesmo, humilhada como estratégia para aceitar a transformação proposta. Se, por acaso, a participante resiste às críticas, como fez Denise, ao dizer que se via mais “bonitinha e

²⁸ Uma propaganda do programa que foi ao ar em março de 2016 no Brasil, no canal *Discovery Home & Health*, dizia que o programa estava no ar “há 10 anos, salvando as mulheres”.

charmosa” do que pensava que apareceria, mais críticas são feitas até que ela valide algo que eles estão dizendo.

A humilhação é parte do processo de transformação nas suas diversas etapas e tem nos comentários perniciosos dos apresentadores sua forma mais explícita. No espelho de 360 graus, a participante deve se olhar e criticar a si mesma. Quando ela não o faz, como Denise que continuava dizendo que se via “bonitinha e charmosa”, os apresentadores o fazem por ela, como é possível observar nos comentários transcritos na descrição do episódio de Denise no item 5.2.

Como o objetivo é adequar a participante à norma, sob o pretexto de dar dicas de moda, os especialistas, após fazerem as devidas críticas a quem ela é, dizem o que ela deve começar a usar a partir de então. O mesmo fazem os especialistas em cabelo e maquiagem. Nessa hora, a participante não opina, devendo aceitar que os especialistas em cabelo e maquiagem façam o que quiserem, pois eles sabem o que é melhor pra ela.

Outro momento emblemático que mostra que a participante deve se adequar à norma imposta por outrem é o exame do guarda-roupa. Jogar fora todas as roupas e acessórios que a participante tinha é equivalente a dizer que tudo o que a pessoa que a participante era, até então, precisa ser jogada fora também. As roupas não servem e, por isso, devem ir para o lixo uma vez que não são aproveitáveis, bem como as ideias da participante sobre si mesma e seu modo de se vestir. Tudo que é anterior ao programa deve ser descartado. Em outro episódio com a participante Cristina Hernandez²⁹, nessa cena do guarda-roupa ela diz isso de modo literal: “É a Cristina que vocês estão jogando fora.” E realmente é. O objetivo é fazer surgir uma “nova” pessoa cujo novo visual reflita o “eu verdadeiro” que estava escondido. Aqui, não importam as questões da participante em relação a quem ela é e quem deseja ser. Importa que como está, ela não se adequa ao que a sociedade espera dela. Importa que seus familiares e amigos querem “vê-la bem” e, portanto, querem ajudá-la junto com a produção do programa a encontrar “a” narrativa de si mesma, o “eu verdadeiro” através da sua exposição e espetacularização que, no caso, é algo externo e imposto a ela, uma norma social vigente.

E qual é o papel da participante nesse processo? Ao deixar suas escolhas serem legitimadas pelos outros (público, apresentadores, produção, familiares, amigos), a

²⁹ Disponível em https://www.ovguide.com/tv_episode/what-not-to-wear-season-8-episode-31-denise-3912571 . Acessado em 05 de março de 2016.

participante dá aos outros a oportunidade de falarem por ela tirando um pouco de sua responsabilidade sobre si mesma. Estar neste lugar, da “circumundaneidade”, é afastar-se, de alguma forma, das próprias responsabilidades e do próprio ser (Critelli, 1981, p. 65). Por não saber o que lhe é próprio, ela aceita o impróprio que lhe é imposto, nem que seja aparentemente temporário, como no caso de Denise. Ela diz que vai voltar a usar os cílios e lábios grandes pelos quais se reconhece, no entanto, ao final do programa acata as recomendações dos apresentadores e se apresenta à sua família e amigos com a transformação que eles queriam ver. Ela age de acordo com o que o espetáculo espera e exige dela e, assim, foge de sua responsabilidade por si mesma, apesar de ter resistido bastante durante o processo. Em diversos momentos, ela disse que prefere continuar se apresentando e se produzindo de acordo com seu gosto pessoal e não de acordo com as orientações dos especialistas ou com a vontade de seus familiares e amigos. No entanto, o mundo ao seu redor estava exigindo fortemente que ela se adequasse a ele. Resistir a esse “chamado” é extremamente difícil uma vez que requer que a pessoa se aproprie com veemência e convicção do que lhe é próprio. Resistir significa estar em um embate constante com os outros e consigo o que é desgastante e angustiante. Apesar de tentar resistir, a própria intervenção e a obrigatoriedade da transformação fazem com que Denise afaste-se da responsabilidade do seu próprio ser.

Denise diz algumas vezes durante seu episódio que não sabe bem quem é. Ela está buscando ser, porém seus amigos e familiares não respeitam seu tempo nem suas vontades nessa busca. Eles entendem que sabem quem ela deve ser e por isso intervêm e passam por cima de seus desejos. Eles querem que sua transformação seja rápida e eficiente e, por isso, procuram um programa onde tudo acontece em uma semana sem levar em conta que Denise tem seu próprio tempo para refletir, descobrir mais sobre si mesma e transformar-se como, quando e se desejar. Com essa abordagem, eles reproduzem a relação do homem com o mundo contemporâneo que deseja tudo rápido e sem sofrimento e deixam de dar atenção às idiossincrasias de Denise passando a tratá-la como um objeto que precisa de conserto. Ela é tratada como um ente cujo caráter de ser é pré-determinado e não como *ser-aí* cujo caráter de ser são possibilidades (Critelli, 1981, p. 68).

O discurso dos familiares, amigos e da produção do programa é de solicitude, no sentido de ser um discurso preocupado com um cuidado em relação à Denise. No

entanto, nota-se que estão no extremo da solicitude que pretendendo cuidar do outro, o atropela e o domina e, por isso, o alija de sua responsabilidade sobre si mesmo. É uma tentativa de cuidar que salta sobre o outro e não deixa o outro ser. Ninguém envolvido neste processo tem *consideração* para com a história de Denise ou *paciência* para permitir que ela se entregue a seu próprio processo de descoberta de si mesma. Isto seria estar no outro extremo da solicitude, aquele que é libertador e entrega o outro “à sua própria transparência e responsabilidade para ser livre para si” (Critelli, 1981, p. 71) e que lhe propicia “assumir seus próprios caminhos, crescer, amadurecer, encontrar-se consigo mesmo” (Spanoudis, 1981, p. 20).

No *reality-show*, todos (amigos, familiares e produção) querem impor à participante uma verdade sem se preocuparem com qual é a verdade dela para si mesma. Mesmo que ela ainda não saiba, não é levado em consideração que essa é uma busca pessoal que se lhe permitirem, e se ela desejar, sua verdade lhe será revelada durante sua jornada do existir. Como todo *dasein*, Denise é possibilidades de ser. Ao voltar a ser *Denise-ilicious* como ela menciona que deseja, ela poderá continuar sua jornada de descobertas assumindo a responsabilidade por si mesma. Ao ceder ao que os outros desejam que ela seja, ela pode vir a limitar suas possibilidades vivendo tal qual “a gente” ou “todos nós” ou “ninguém”. É importante notar que, conforme enfatizado por Critelli (1981), a autenticidade não advém de “uma extirpação do “a gente”, mas como uma modificação existencial de ser nele, apesar e a partir dele” (p. 69). Ao final, trata-se de uma escolha e ao buscar ser, pode-se terminar não sendo, afinal, não ser também é uma possibilidade de ser “indispensável ao viver humano” (Spanoudis, 1981, p. 14).

Denise tem, portanto, um caminho pela frente. Suas falas indicam que a participação no programa trouxe novas possibilidades de reflexão a respeito de si mesma. Ela pode escolher ou não embarcar nessa jornada para descobrir o que lhe é próprio, assim como pode escolher o impróprio e passar a se vestir de acordo com o que os outros esperam dela. Denise pode escolher entre o eu determinado pela narrativa criada no *reality show* do qual participou e o eu desvelado durante sua trajetória do existir.

Seus familiares e amigos, bem como os apresentadores do programa, se mostraram bastante satisfeitos com o resultado da transformação. A *Denise-espetáculo* foi cunhada com êxito, apesar de ter oferecido resistência. Ela pôde acontecer porque, acima de tudo, a *Denise-ilicious* quis participar do processo que escolheram pra ela.

Denise disse que esperava descobrir um pouco mais sobre si mesma e optou por tentar fazê-lo através do outro, tornando pública parte de suas inquietações a respeito de si mesma.

Através de Denise, nota-se que o *homem-espetáculo* é o próprio homem contemporâneo: angustiado, vivendo nas fronteiras entre o próprio e o impróprio, o autêntico e o inautêntico, diluindo as fronteiras entre o público e o privado. Em sua história requisita a validação do olhar do outro. Sua angústia é aplacada pela ausência de questionamentos ou por imagens que compõem a sua narrativa do existir que, muitas vezes, não é sua, e, sim, de todos nós ou de ninguém.

6. Considerações Finais

Na televisão (aberta ou a cabo) cada vez mais se assiste àquele que poderia ser o seu vizinho (ou você mesmo) expor sua vida, aspirações e angústias para milhares de pessoas ao redor do mundo. Tal interesse pode ser interpretado como um “sintoma” da sociedade em que vivemos. Uma sociedade que valoriza mais as relações comerciais do que as relações humanas e que banaliza e espetaculariza o próprio homem a partir do momento em que o transforma, também, em mercadoria.

A realidade mostrada na televisão nesses pretensos *shows* da realidade está muito longe de ser real, de ser o que é vivido. As pessoas são personagens e suas vidas modificadas e recriadas de maneira a se encaixarem em um roteiro pré-definido cujo objetivo é manter a atenção e a alienação do espectador. Nas palavras de Debord:

O movimento da demonstração espetacular se prova simplesmente pela marcha em círculo: ao retornar, ao se repetir, ao continuar a afirmar no único terreno onde reside doravante o que pode ser afirmado publicamente, e se fazer acreditado, já que é apenas disso que todo o mundo será testemunho. (DEBORD, 1997, p. 181)

No entanto, apesar de não ser a realidade de fato, esses programas reproduzem a dinâmica das relações do homem com o mundo e com os outros na contemporaneidade. Os *reality-shows* permitem observar os fenômenos da mercantilização do homem na sociedade do consumo, a fluidez e a fragilidade das relações humanas na atualidade, a evolução tecnológica e a busca por soluções milagrosas e imediatas para os problemas cotidianos e, ainda, a diluição da separação entre o público e o privado.

Acima de tudo, os *reality-shows* falam muito a respeito das angústias do existir e de uma busca por recursos para aplacar essas angústias, seja ao ver dramas alheios sendo “solucionados” – o que dá esperança de resolução para os próprios dramas – seja ao expor o próprio drama pessoal com ares de narrativa espetacular.

Nesse sentido, vale ressaltar que é preocupante observar a crescente exploração dos dramas alheios como forma de obter mais audiência televisiva. Preocupa também notar que quanto mais estranha ou *grotesca* a pessoa/personagem é, mais interesse desperte. Preocupa, ainda, que alguns produtores televisivos de *reality-shows* olhem a ficha médica de potenciais participantes procurando pelo “tipo certo de loucura”. Preocupa

a falta de alteridade e de cuidado com o outro. Preocupa notar que existem diversos casos de suicídio de ex-participantes de *reality-shows* (conforme mencionado nos capítulos 3 e 4). Esse fato faz pensar se existe algo específico em como esses programas são conduzidos – seja na seleção dos participantes ou no retrato que deles é feito, por exemplo – que tenha funcionado como gatilho para o suicídio dessas pessoas.

Dessa forma, aos psicólogos cabe a reflexão em relação às possíveis contribuições do seu fazer dentro desse contexto. Como é ser psicólogo nesta sociedade do espetáculo e como trabalhar junto às pessoas que estão em sofrimento em função das exigências e demandas dessa sociedade? Em uma sociedade em que ao outro não é permitido ser fora da normatização, como se inscreve o trabalho de quem visa possibilitar ao outro que ele seja tudo o que pode e deseja ser? Em uma sociedade marcada pelo ter que ser, que possibilidades existem para o desejo e os modos de ser particulares de cada pessoa e para o fazer do psicólogo circunscrito nesse contexto?

Visto que há emissoras que têm psicólogos em suas equipes, podemos pensar sobre que espaço existe junto à produção dos *reality-shows* para o trabalho do psicólogo? A serviço de quem – do espetáculo ou do ser humano que está ali como participante - é possível atuar? Como apoiar aqueles que deixaram os programas e já não têm mais seu existir validado pela narrativa espetacular?

Além disso, de forma a promover uma compreensão mais abrangente sobre quem são as pessoas que participam destes programas, torna-se relevante dar voz a elas levando em conta os diferentes tipos de *reality-shows*. Conhecer suas motivações e o impacto que fazer parte de determinados programas teve na vida pós-show pode lançar luz sobre o compromisso ético das emissoras que exploram os dramas e sofrimentos alheios em nome do espetáculo.

Blair (2010) ressalta o fato de que pouca atenção tem sido dada a este último tema. Em seu artigo, “*Surviving reality TV: the ultimate challenge for reality-show contestants*”, ela enfatiza que as emissoras que produzem tais programas se eximem de qualquer responsabilidade uma vez que, segundo eles, os participantes assinam espontaneamente os contratos de participação que explicitam as regras e o funcionamento dos programas, bem como, os direitos de uso de imagem. Além disso, eles não são funcionários das emissoras e, portanto, não estão sujeitos à legislação trabalhista. Dessa forma, as emissoras se protegem de eventuais processos e poucos

questionamentos são feitos em relação à sua responsabilidade frente à saúde física e mental dos participantes.

As perguntas e questões mencionadas aqui deveriam ecoar na atuação e reflexão dos psicólogos e ser objeto de futuras pesquisas. Assim, poder-se-á compreender melhor o papel que a psicologia tem e poderia ter junto ao *homem-espetáculo*, uma vez que este trabalho apenas iniciou uma discussão a respeito do tema.

Referências Bibliográficas

ABRAMO, Bia. Os novos bezerros de três cabeças. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 17 fev. 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2001.

BARBOSA, Barbara. **MTV aumenta conteúdo nacional e registra crescimento: emissora estreia segunda temporada do reality Are You The One Brasil**. 2016. Disponível em: <<http://propmark.com.br/midia/mtv-aumenta-conteudo-nacional-e-registra-crescimento>>.

BEDE, Fayga Silveira. **O público e o privado: deslizamentos e rupturas**. XVII Encontro Preparatório para o Congresso Nacional CONPEDI (Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito). 2008.

BELLONI, Maria Luiza. A formação na sociedade do espetáculo: gênese e atualidade do conceito. **Revista Brasileira de Educação**, Santa Catarina, v. 22, p.121-136, jan-fev-mar-abr 2003.

BIRMAN, Joel. (1999). A psicopatologia na pós-modernidade: as alquimias no mal-estar da atualidade. **Revista Latinoamericana de Psicopatologia Fundamental**, 2(1), 40-46.

BLAIR, Jennifer. Surviving reality TV: the ultimate challenge for reality-show contestants. **Loyola of Los Angeles Entertainment Law Review**, Los Angeles, v. 3, n. 1, p.1-25, 22 set. 2010. Disponível em: <<http://digitalcommons.lmu.edu/elr/vol31/iss1/1/>>. Acesso em: 20 de março de 2016.

CABESTAN, Philippe. Ser si-mesmo: abordagem fenomenológica da autenticidade e da inautenticidade. **Winnicott e-prints**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 1-16, 2010. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679432X2010000100004&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 14 de maio de 2016.

CRITELLI, Dulce. **Para recuperar a educação: uma aproximação à ontologia heideggeriana.** In: HEIDEGGER, Martin. Todos nós... ninguém: um enfoque fenomenológico social. São Paulo: Editora Moraes, 1981. p. 59-72.

COLTRO, Alex. A fenomenologia: um enfoque metodológico para além da modernidade. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v. 1, n. 11, p.37-45, 1º trimestre. 2000.

DE WALL, Mandy. **Reality bites - the trouble with commercial television.** 2012. Disponível em: <http://www.dailymaverick.co.za/article/2012-01-30-reality-bites-the-trouble-with-commercial-television/#.VU50__IVikp>. Acesso em: 09 de maio de 2015.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. 1. Ed. p. 238.

DIAZ, Leonardo Ordóñez. La realida simulada: una crítica del reality show. **Analisis Politico** nº 54. Bogotá. Mayo-agosto. 2005. p. 49-62.

FOUCAULT, Michel. **Doença mental e psicologia.** 1. Ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro , 1975. p. 99.

FOUCAULT, Michel. **Os anormais.** 1. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.p. 479.

HAAR, Michel. **Heidegger e a essência do homem.** Lisboa: Instituto Piaget, 1990.

JAPPPE, Anselm. **Guy Debord.** Petrópolis: Vozes, 1999.

JUSTIÇA FEDERAL. **Emissora é proibida de veicular programas com conteúdo ofensivo.** 2014. Disponível em: <<http://web.trf3.jus.br/noticias/Noticias/Noticia/Exibir/317922>> Acesso em: 31 de maio de 2015.

LE BRETON, David. A síndrome de Frankstein. In: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi (org). **Políticas do corpo: elementos para uma história das práticas corporais**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

MATEUS, Samuel. Reality-show: uma análise de gênero. **Revista Comunicando**, Lisboa, v. 1, n. 1, p.235-244, Dezembro, 2012.

MILAN, Marília. Reality-shows: uma abordagem psicossocial. **Psicologia Ciência e Profissão**, 2006, 26 (2), p. 190-197.

PELBART, Peter Pal. **Da clausura do fora ao fora da clausura: loucura e desrazão**. 1. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1989. p. 234.

PINHEIRO, Augusto. **Sociólogas questionam formato e falta de limites dos reality shows**. 2015. Disponível em: <<http://pt.rfi.fr/geral/20150312-sociologas-questionam-formato-e-falta-de-limites-dos-reality-shows>>. Acesso em: 31 de maio de 2015.

RODRIGUES, Silvia Viana. **Rituais de sofrimento**. 2011. p. 157. Tese (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

RONSON, Jon. **O teste do psicopata: uma viagem pela indústria da loucura**. 1. Ed. Rio de Janeiro: BestSeller, 2014. p. 271

SCHUSTER, Dana. **Dying for fame: 21 reality stars committed suicide in a decade**. 2016. Disponível em: <<http://nypost.com/2016/02/28/dying-for-fame-21-reality-stars-commit-suicide-in-past-decade/>>. Acesso em: 20 de março de 2016.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco: introdução à cultura de massa brasileira**. Petrópolis: Editora Vozes, 1983. p. 83

SODRÉ, Muniz. **A máquina de narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil**. Rio de Janeiro: Axhiami, 1984. p. 147

SODRÉ, Muniz e PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002. p. 156

SOUZA, V. **O corpo monstruoso: da espetacularização midiática às práticas de resistência**. 2013. p.89. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – PUC-SP, São Paulo, 2013.

SPANOUDIS, Solon. **Apresentação: a todos que procuram o próprio caminho**. In: HEIDEGGER, Martin. Todos nós... ninguém: um enfoque fenomenológico social. São Paulo: Editora Moraes, 1981. p. 9-22.

THE ECONOMIST. **DSM-5 by the book: The American Psychiatric Association's latest diagnostic manual remains a flawed attempt to categorise mental illness**. 2013. Disponível em: <<http://www.economist.com/news/science-and-technology/21578024-american-psychiatric-associations-latest-diagnostic-manual-remains-flawed>>. Acesso em: 10 de maio de 2015.

THE TELEGRAPH. **Ryan Jenkins found dead: ten other reality TV tragedies and controversies**. 2009. Disponível em: <<http://www.telegraph.co.uk/news/celebritynews/6082270/Ryan-Jenkins-found-dead-ten-other-reality-TV-tragedies-and-controversies.html>>. Acesso em: 09 de maio de 2015.