

Do grande aos pequenos irmãos – relação entre mídia e controle social

Ronaldo Helal e Márcio Souza Gonçalves*

Introdução

Nos últimos anos, uma onda do que convencionou-se chamar de *reality shows* invadiu a programação da televisão brasileira. Na esteira de sucessos em outros países, a rede Globo lançou o *No Limite* e o *Big Brother Brasil*. O SBT, após se envolver em uma polêmica sobre direitos da programação televisiva, produziu o *Casa dos Artistas*. Apesar da competição entre os participantes, comum em todos estes *reality shows*, o estilo dos programas difere no gênero da disputa. Enquanto em “No Limite” os participantes se envolvem em competições físicas que requerem, além de espírito atlético, força de vontade para superação de alguns obstáculos escatológicos - comer minhoca ou bichos estranhos, por exemplo -, o *Big Brother Brasil* e o *Casa dos Artistas* envolvem competições de cunho mais sutil e indireto, baseadas sobretudo na conquista da simpatia dos membros da casa e da opinião pública, e é a invasão de privacidade o principal espetáculo de atração para o público. Esta característica *voyeurista* destes programas merece uma análise mais cuidadosa dos estudos da teoria da comunicação, para que possamos compreender melhor o significado da relação entre mídia e poder nas sociedades contemporâneas.

Destes programas, o *Big Brother Brasil* foi o que obteve os maiores índices de audiência, chegando, no último capítulo, a alcançar 57 pontos de média e picos de 62, recorde para o horário na televisão brasileira¹. Interessante notar que o título e o formato do programa foram inspirados em um romance - *1984* de George Orwell - que nos alertava para o perigo de estarmos caminhando para uma sociedade controlada por teletelas e por uma figura fictícia criada pela propaganda oficial: o Grande Irmão. Passados pouco mais de 50 anos, o temor ao totalitarismo cedeu lugar à sedução pela “invasão da privacidade” em programas televisivos.

* Professores da Faculdade de Comunicação Social, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (FCS/UERJ).

É nossa intenção, neste ensaio, fazer uma análise crítica do sucesso que *os reality shows* vem tendo em nossa sociedade, principalmente os do tipo *Big Brother Brasil*, tendo como pano de fundo o romance clássico de George Orwell. A nossa posição em relação à programação televisiva ancorase, por um lado, na tese de Ciro Marcondes Filho (1986: 28) segundo a qual “se a televisão apresentou um programa ideologicamente suspeito, tendencioso, politicamente parcial e este programa teve receptividade e audiência, não foi nada imposto, mas perfeitamente absorvido (e, por que não, desejado) por esse público”²; mas, por outro lado, não concordamos com o simplismo da idéia que sustenta que a televisão, em suas “melhores” e piores “facetras”, somente oferece ao público o que ele quer assistir, e que, sendo assim, não devemos julgar a qualidade de sua programação. Uma análise crítica da programação televisiva, bem como de sua audiência, pode ser reveladora de questões culturais relevantes da sociedade atual.

George Orwell e 1984: o temor do totalitarismo via meios de comunicação de massa

Começamos nos referindo ao *Big Brother* original, o do romance de Orwell. A contextualização política e social da época em que *1984* foi escrito - o ano era 1948 -, marcada por acontecimentos como a Segunda Guerra Mundial, o nazismo, a guerra fria e o surgimento e desenvolvimento dos modernos meios de comunicação de massa, principalmente a televisão, levou pensadores e intelectuais a elaborarem teses apocalípticas sobre a relação entre governantes e governados. A televisão era vista como uma possibilidade iminente de termos nossas vidas “vigeadas” e “controladas”. De fato, o romance de George Orwell retrata bem essa perspectiva apocalíptica. As teletelas estavam em cada parte, olhando e vigiando todos, ao mesmo tempo que faziam uma propaganda massiva do poder estabelecido. A figura do Grande Irmão era uma ficção criada para atemorizar os governados. Ou seja, tratava-se de uma minoria “vigando” a sociedade.

1984 pode ser visto como um tratado de sociologia política que, de forma romanceada, aborda questões que permearam os debates políticos e acadêmicos de boa parte da primeira metade do século XX. O desencanto dos intelectuais marxistas com a ausência de consciência de classe dos operários e com o regime totalitário da União Soviética de Stalin estão presentes no romance. Na base da teoria marxista sobre a contradição - inexorável do sistema capitalista - entre capital e trabalho, estava a “fé

messiânica” no papel da classe operária na realização da síntese dialética que levaria a humanidade a uma sociedade mais justa e fraterna. A primeira revolução socialista surgiu em um país onde o capitalismo ainda não tinha avançado muito - a Rússia de 1917 - e a classe operária das nações mais industrializadas do mundo como os Estados Unidos, por exemplo, não fizera a tão esperada revolução.

Uma leitura mais atenta de *1984* nos mostra que o controle através das teletelas, “polícia do pensamento”, “semana do ódio”, “novilíngua” e os diversos ministérios - só para citar alguns dos aparelhos de repressão e de “ideologia” do Estado orwelliano³ - era exercido sobre os membros do partido externo, que significavam 10 por cento da população total. Os membros do partido interno - governantes e controladores - totalizavam 5 por cento e os operários compunham os 85 por cento restantes. Ora, isto significa dizer que o controle não precisa ser exercido sobre os operários, pois estes jamais vão ter condições de ameaçar o poder estabelecido, talvez por lhes faltar a tão desejada “consciência de classes”. No entanto, o personagem principal do romance, Winston Smith, ao tentar, de formas diversas, encontrar uma brecha naquele sistema hermeticamente controlado pela figura do *Big Brother* e pelos membros do partido interno, repetia a todo instante que “a esperança está nos proles”. É como se George Orwell falasse por intermédio de seu personagem de um sonho que se esvaiu na proliferação de sistemas totalitários tanto de doutrina capitalista como socialista⁴. Temos, assim, simultaneamente, uma demonstração de desprezo e de esperança na classe operária, refletindo o desespero e a desesperança dos intelectuais de esquerda daquela época.

Além desta particularidade concernente ao papel “messiânico” que os marxistas depositavam na classe operária, o ambiente em que Orwell escreveu sua obra foi, de fato, o de um mundo aterrorizado com a formação de blocos em tornos das superpotências e do perigo nuclear. Nesse mundo dividido, a propaganda se apresentava como um instrumento de influência sobre as massas, que poderia tomar a forma da fomentação do ódio ao inimigo, do estímulo ao consumo ou ao patriotismo. Os movimentos fascistas que se encontram na origem da Grande Guerra mobilizaram vastas máquinas de comunicação para influenciar as massas e produzir adesão à figura do líder (Hitler seria o exemplo mais paradigmático).

Temos assim, por um lado, um mundo traumatizado e se dividindo em dois blocos opostos, por outro, a comunicação de massa mostrando sua força⁵. É na junção dessas duas correntes de acontecimentos que Orwell cria o *Big Brother*, como a representação do terror da vigilância constante, supondo a existência de alguém que não está sendo vigiado e que vigia, bem como a presença da tela como seu instrumento. Essa suposição de um “outro” que não é vigiado, uma espécie de “outro” absoluto em relação a nós os vigiados, nos faz pensar, indiretamente, nas duas grandes divisões que marcaram o mundo na metade do século passado: o líder e as massas, o capitalismo e o comunismo.

A tela como instrumento de controle, tal como aparece em *1984*, aponta para a comunicação de massa e sua maior figura, a televisão. Aliás, a tão decantada interatividade, característica das novas tecnologias de comunicação como a Internet, é antecipada por Orwell em quase meio século, pois as telas lá apresentadas tanto servem para serem vistas quanto para ver, para receber quanto para enviar mensagens - ainda que esta regalia fosse concedida somente aos membros do partido interno, que podiam inclusive desligá-las quando assim o desejassem.

O que significa a mudança de sentido do *Big Brother*? Como saímos do terror da vigilância constante para a apoteose *voyeurista* de contemplar supostamente em tempo integral um grupo de pessoas confinadas a um espaço esquadrinhado por câmeras e microfones?

A espetacularização da privacidade

Hoje o “Grande Irmão” somos todos nós que, auxiliados pela edição da mídia, no programa *Big Brother Brasil*, ficamos extasiados diante da televisão “vigiando” e “controlando” (através do voto) os passos de 12 pessoas anônimas que fazem parte do programa. E mais: estas pessoas que entraram anônimas, saem famosas, justamente por permitirem esta invasão da privacidade. O que antes tínhamos - o controle, o vigiar - tornou-se objeto de fascínio. Ser vigiado para sair do anonimato e vigiar para legitimar a singularidade dos “quase famosos”.

Os participantes do *Big Brother Brasil* projetam uma imagem para outros que não estão presentes, criam personagens para uma multidão que não conhecem, que não vêem e da qual eles faziam parte até entrar na casa⁶. São vigiados e controlados o tempo todo (pela própria rede de

televisão e para os que adquiriram o *pay per view* do programa) mas não tem um visãõ nítida, “singular”, de quem os vigia: “a produçãõ”, “a massa”.

No universo das artes e do esporte, as pessoas famosas destacam-se das demais pelo talento nato, dedicaçãõ e empenho. No *Big Brother Brasil* a fama se dá através do acaso, da sorte, da ediçãõ que a mídia faz dos participantes, e não através de talento e empenho. Isto aumenta a identificaçãõ com os telespectadores, ao estimular ainda mais o “sonho” de todos poderem um dia ser famosos.

Em 1984, não havia espaçõ para singularidades. O único que podia se destacar das massas era o Grande Irmãõ, que por sua vez, todos sãõ conheciam através dos diversos pôsteres espalhados nas ruas, repartições, prédios, praças, e na imagem da teletela, quando esta não estava passando algum programa. Ele não tinha movimentos, voz, corpo. Era apenas um rosto parado. Orwell fazia assim a sua crítica ao culto à personalidade que perdurava na figura de Stalin na Uniãõ Soviética e que dominou a Itália de Mussolini e a Alemanha de Hitler por um longo período⁷.

No entanto, na cultura de massa, sempre existiu esta busca incessante de singularizar-se, destacar-se das massas: paradoxo inevitável na relaçãõ entre fãs e ídolos, posto que para existir, os últimos necessitam da presençã dos primeiros. Aqui, os indivíduos cultuam a “personalidade”, ansiosos de um dia tornarem-se celebridades, famosos, ídolos, e não como obediência cega ao líder imposto, como em 1984. A tensãõ entre a massificaçãõ e o desejo de singularizaçãõ é, de fato, uma constante na experiênciã individual na sociedade de massa⁸. A novidade dos *reality shows* é precisamente que a personalidade anônima, “ordinária”, “sem talento”, “comum”, passa a ser cultuada em sua ausênçiã da singularidade⁹. A intimidade banal torna-se objeto de fascínio no universo da cultura de massa.

Mas de que privacidade se trata quando falamos de “invasãõ de privacidade”?

Os participantes dos *reality shows* sabem que estãõ sendo constantemente observados. Ora, o ato de alguém que se sabe vigiado difere bastante do ato espontâneo de alguém que não se encontra sob observaçãõ.

Aparentemente ocorre uma espécie de “esquecimento”, por parte dos observados, da presençã constante da câmara que tudo grava: os sujeitos acostumam-se com o fato e o incorporam ao seu dia a dia. Mas tal esquecimento não nos deve fazer esquecer que ainda que em segundo plano há uma lembrança permanente de que há um olhar público que

observa. Todos os atos praticados pelos participantes encontram-se assim marcados pela presença latente do observador. Os edredons do *Big Brother* seriam uma última tentativa de escapar do olhar que tudo vê e do microfone que tudo capta.

Se supusermos uma espécie de privacidade anônima, que é a de todos nós em nossas casas, podemos sugerir assim a existência de uma nova privacidade, a privacidade inventada pelos *reality shows*. Essa nova privacidade é a dos que mesmo no privado não podem escapar ao olhar público, uma privacidade onde o espontâneo do gesto secreto desaparece já que não pode haver gesto secreto. Uma privacidade que se encontra a meio caminho entre o público e o privado, entre o íntimo e o aberto a todos, uma privacidade que é produzida e criada (pelos participantes dos *reality shows*) exatamente para ser exibida (para o público).

Os participantes dos *reality shows* devem supostamente agir naturalmente no tubo de ensaio onde são constantemente escrutinados. A teoria da comunicação há muito já destacou o paradoxo de injunções do tipo “seja espontâneo”, (Watzlawick *et al.*, 1981: 180 e seguintes) onde o sujeito encontra-se impedido de cumprir a ordem na medida em que cumpri-la é descumpri-la: se obedeço sendo espontâneo, não estou sendo espontâneo. Ora, é numa situação análoga a essa que vivem as vedetes dos *reality shows*. Devem viver “naturalmente” o cotidiano sem se preocupar com as câmeras; mas, ao mesmo tempo, como viver naturalmente sabendo que a melhor ou pior performance (seja lá qual for o sentido que melhor e pior possam tomar) vão determinar a empatia de um público todo poderoso capaz de decidir pela eliminação ou não do candidato. Como se comportar “naturalmente” numa situação como essa?

Podemos especular que se constrói na cabeça de cada um dos participantes algo como uma câmera interna que vigia constantemente sua atuação e funciona dando índices ao sujeito de quão espetacular é seu próprio comportamento.

Os participantes não possuem, nesse sentido, uma privacidade. A situação é mais complexa: são obrigados a construir uma privacidade calculada, tanto melhor quanto mais espetacular, pois garantirá, provavelmente, maiores chances de “sobrevivência” no tubo de ensaio. Essa privacidade construída encontra-se, como dissemos, a meio caminho entre o privado e o público. Uma privacidade estranha, construída na medida para agradar ao público e aumentar os índices de audiência.

Podemos dizer da ética o mesmo que dissemos da privacidade: o parâmetro “ético” que regula os comportamentos e ações dos participantes é, mais uma vez, o índice de audiência. Trata-se, como os participantes incessantemente nos fazem lembrar, de um jogo, e nesse jogo a única coisa que importa é sobreviver, não ser eliminado, e isso se consegue sendo “popular”. Mas esse jogo é bastante peculiar, pois envolve de modo brutal a afetividade dos envolvidos (recordemos o choro desesperado de Kleber - vencedor da primeira edição do *Big Brother Brasil* - quando do desaparecimento acidental de sua boneca!).

O perigo que se corre na atualidade é o do extravasamento dessa lógica para fora dos tubos de ensaio que são os *reality shows*: que o homem comum passe a encarar o mundo que ainda existe de fora da televisão como um jogo análogo com os mesmos princípios éticos (ou a falta deles), a encarar a intimidade vivida sob o modelo da intimidade fabricada dos participantes dos *reality shows*. O perigo é que a realidade, por efeito catastrófico das mediações técnicas, se transforme, ela própria, em *reality show*, que passemos em nosso cotidiano a nos comportar, agir e pensar como se constantemente estivéssemos sob a vigilância das câmeras da comunicação de massa¹⁰.

O controle pós-moderno

O controle que se encontra em jogo nos *reality shows* é mais vasto e complexo do que simplesmente o dos participantes pelo público. Podemos nos perguntar sobre a possibilidade de um controle que se exerce sobre o próprio público através dos *reality shows*. O controle e o poder na sociedade contemporânea são exercidos de modo sutil e indireto. Os modos violentos e coercitivos deixaram de definir o exercício de poder nas sociedades ocidentais desde há muito (o que não significa que não haja ainda recurso à violência física). Substituímos a guilhotina e a violência pelas técnicas de controle social formadas no interior das ciências humanas e sociais, pela medicina, pela psiquiatria, pela polícia preventiva etc., e, mais recentemente, pelos meios de comunicação de massa.

Ao invés de usar a força física para forçar corpos indóceis a sofrerem ou perecerem em razão de faltas cometidas, nossa sociedade trabalha sutilmente as mentes para que elas se conformem a uma certa maneira de viver, para que pensem e sintam de um certo modo. Trata-se, portanto, não mais de agir violentamente contra o transgressor,

mas de fazer com que sejamos constituídos subjetivamente de forma que nos encaixemos dentro do modo de vida oferecido pelo social (o que, mais uma vez, não significa que a violência tenha desaparecido, mas sim que sua natureza se modifica). O poder moderno, como nos ensinou Foucault (1985 e 1988), não se exerce primordialmente sob a forma da repressão, mas sim sob a da produção.

Concretamente e simplificando: é mais fácil controlar uma população “formando-a” para pensar de acordo com o sistema social dado do que deixando que se forme a seu modo e punindo-a a cada vez que comete um desvio. Os meios de comunicação de massa desempenham um forte papel nessa “formação”, nessa propagação de um modo de viver e de pensar, nessa formação de nossa visão de mundo e de nossa sensibilidade¹¹.

Podemos então levantar a hipótese de que nos *reality shows* algo da ordem de um controle sobre o próprio público se encontra em ação. Mas de que forma de controle se trata? Não temos aqui a pretensão de esgotar o assunto, mas de levantar um aspecto que nos parece pertinente e importante.

No campo das teorias da comunicação há uma especialmente interessante para o que nos ocupa, a Teoria do Estabelecimento da Agenda (*Agenda Setting*). Esta teoria destaca o poder da imprensa de estabelecer os tópicos que serão considerados relevantes pelas audiências. Mais do que estabelecer o que pensar, a teoria indica que o poder se encontra em estabelecer sobre o que pensar, conforme colocaram Ball-Rokeach e DeFleur (1993:284):

“Essencialmente, foi constatado haver alto grau de correspondência entre a dose de atenção dada a determinada questão pela imprensa e o nível de importância a ela atribuído por pessoas da comunidade que estiveram expostas à mídia. Isso não quis dizer que a imprensa tivesse sido bem-sucedida levando suas audiências a adotar qualquer determinado ponto de vista, mas sim em fazer as pessoas encararem alguns problemas como mais relevantes que outros. A agenda da imprensa virou agenda do público. Nessa acepção, houve correspondência estreita entre o mundo lá de fora e as imagens na cabeça dos eleitores estudados”.

Ou ainda, como se expressou exemplarmente Hohlfeldt (in Hohlfeldt *et al.*, 2001: 191):

“os meios de comunicação de massa, embora não sejam capazes de impor o quê pensar em relação a um determinado tema (...) são capazes de, a médio e longo prazos, influenciar sobre o quê pensar e falar (...). Ou seja, dependendo dos assuntos que venham a ser abordados – agendados – pela mídia, o público termina, a médio e longo prazos, por incluí-los igualmente em suas preocupações. Assim, a agenda da mídia de fato passa a se constituir também na agenda individual e mesmo na agenda social”. (grifos do autor)

Do ponto de vista do exercício de poder, essa capacidade de estabelecer a agenda é bastante interessante: a valorização de determinados tópicos no estabelecimento da agenda implica no silenciamento de outros; ao mesmo tempo, fica preservada a liberdade de se pensar o que se quiser (sobre os assuntos postos em pauta). Liberdade de pensamento em relação a determinados assuntos postos em cena pela mídia, silêncio e exclusão da agenda, portanto ausência de pensamento, de outros assuntos¹². Pode-se imaginar então uma generalização um tanto livre da Teoria do Estabelecimento da Agenda para que possamos ensaiar uma compreensão do poder exercido através dos *reality shows*.

Esses programas se tornaram parte da agenda do público. Entrando na agenda, esses programas não são de modo algum recebidos passivamente pela audiência, mas antes são motivo de discussão, de elaboração. A pergunta que se impõe é simples: não há nada mais importante sobre o que discutir, sobre o que pensar, do que a vida em um tubo de ensaio como os *reality shows*? Não se discute, não se pensa, não se reflete sobre a própria realidade e sobre fatores mais prementes, para se discutir sobre tal ou aquele fato acontecido na pseudo realidade do show.

É evidente que nenhum sujeito é crítico o tempo todo, que ninguém suportaria refletir o tempo todo sobre o que se passa no mundo¹³. Mas o outro extremo, para o qual parecemos caminhar, nos parece bastante problemático: só pensar sobre banalidades oferecidas a rodo, ou seja, só exercer o “pensamento crítico” e a discussão lá onde ele não é “necessário”, onde é mesmo impossível, nos *Big Brothers* e Casas dos Artistas que invadem nossa televisão!

A massa amorfa e passiva, terror dos intelectuais críticos da metade do século passado, não existe¹⁴. Mas essa inexistência não significa que o público seja um ser consciente, capaz de receber

criticamente os conteúdos da mídia. A audiência é ativa, reage sobre o que recebe, elabora. O ponto crítico, de modo bastante pertinente destacado pela Teoria do Estabelecimento da Agenda, é que é possível estabelecer, até certo ponto, quais tópicos serão objeto de debates. Essa possibilidade, se não leva a um absoluto controle da massa pelos todos poderosos meios de comunicação de massa, abre para uma forma de controle sutil onde a atividade e a elaboração dos conteúdos, a discussão pelos membros da audiência convivem com uma estranha forma de alienação: somos todos críticos e refletimos e elaboramos o que recebemos, mas o que recebemos são freqüentemente aspectos irrelevantes de uma realidade fabricada nos *reality shows*.

Podemos então imaginar que se contempla a “realidade” na tela em lugar de se agir sobre uma realidade cotidiana que falta cada vez mais, por ação inclusive da televisão, aos homens comuns, excluídos economicamente, culturalmente, emocional e socialmente (nada está mais em crise na sociedade contemporânea do que o próprio vínculo social). A realidade sai de nossa agenda e em seu lugar entram os *reality shows*. Não mais representando um real, os meios de comunicação, autisticamente, fazem do *show* a própria realidade. É evidente que estamos exagerando, mas esse exagero é retórico e sua função é didática. Ao mesmo tempo, vivendo num cotidiano cada vez mais esvaziado de relações, de trocas, de vida comunitária e social, procuramos nos *reality shows* um cotidiano mais cotidiano que o cotidiano, uma realidade mais real do que a realidade, que nos permita de algum modo, como diz o profético personagem de Beckett no final de *O Inominável*, continuar: “(...) talvez me tenham levado até o umbral da minha história, ante a porta que se abre para minha história, isso me espantaria, se ela se abre, serei eu, será o silêncio, aí onde estou, não sei, não o saberei nunca, no silêncio não se sabe, é preciso continuar, não posso continuar, vou continuar”. A realidade mesma saindo da agenda, perdendo a “realidade real”, só nos sobra, como compensação e ao mesmo tempo anestésico, o *reality show*.

A partir do que foi dito, uma rápida comparação, sob esse ângulo do exercício do poder, entre o *Big Brother* original e o atual pode ser esclarecedora. O *Big Brother Brasil* encontra-se a um passo além do *Big Brother* de Orwell do ponto de vista do controle social

sob três aspectos que traduzem os avanços contemporâneos de que dispõe a sociedade como um todo para controlar (domesticar seria uma palavra abusiva) seus membros.

O primeiro é o seguinte: enquanto que o controle em *1984* se dá sobretudo na medida em que a teletela observa os indivíduos em seus aspectos íntimos, no *BBB* e nos outros *reality shows* em geral a população a ser controlada (todos nós) é chamada a participar não enquanto elemento observado, mas enquanto elemento observador. Controla-se fazendo observar, e não observando. A diversão dócil da contemplação da “privacidade fabricada” dos participantes do jogo direciona, diverte, acalma. Em contraposição aos controlados angustiados de Orwell, temos uma “feliz população calma”¹⁵ que assiste aos *reality shows* voluntariamente, eventualmente até mesmo pagando em sistemas *pay-per-view*.

A segunda diferença entre os dois *Big Brothers*: em Orwell, apenas os membros do Partido Externo são controlados, aos Operários nada resta, nem mesmo a duvidosa dignidade de serem ameaçadores a ponto de deverem ser controlados; no *Big Brother Brasil* é a maioria da população (62 pontos de pico), e não apenas a elite mediana correspondente ao Partido Externo de *1984*, que se encontra domada/controlada face à sua teletela caseira.

Cruzando os dois aspectos, temos uma máquina de controle mais eficaz tanto do ponto de vista qualitativo quanto do quantitativo: controlando mais pessoas com menos dispêndio de energia, a maioria da população entregando-se voluntariamente às delícias anódinas e acrílicas da contemplação de uma pseudoprivacidade. Controle através da observação ativa, onde o controlado observa em vez de ser observado. Controle *soft*, ideal para uma época politicamente correta!

Finalmente, enquanto que no *Big Brother* de Orwell a teletela propaga uma ideologia (“Guerra é Paz”, “Liberdade é Escravidão”, “Ignorância É Força”), as teletelas contemporâneas, exibindo o *Big Brother* e todos os outros *reality shows*, simplesmente não propagam ideologia nenhuma, o que aparentemente, e só aparentemente, como o que dissemos acima deve indicar, libera o programa de qualquer dimensão política ou de exercício de poder.

Considerações finais : o presente e o futuro

Nosso mundo cada vez mais globalizado não se divide mais em dois grandes blocos opostos. A planetarização do capitalismo faz da sociedade contemporânea um mundo único, integrado. Se não uma cultura, pelo menos um modo de produção econômica tem a pretensão de se universalizar, de funcionar sozinho, de não mais ter outro sistema que lhe faça contraponto. Para os que não se integram, só resta a exclusão, seja por motivos econômicos, devido à miséria total, seja por motivos religiosos, pela crença em valores absolutos que não podem ser “comprados” pela lógica do capital.

Nesse universo sem “outro”, não há mais um vigilante absoluto, o *Big Brother* de Orwell. Mas ao invés do jogo entre vigilantes e vigiados desaparecer, uma nova forma aparece, que faz de todos nós, como vimos, “pequenos irmãos” a espionar através de pequenas telas. Talvez não tenhamos ainda escapado ao “perigo de estarmos caminhando para uma sociedade controlada por teletelas”. O que parece ter mudado é simplesmente a modalidade do controle: do controle violento, aterrorizante e totalitário, por parte de algo que se põe do lado de fora, passamos a uma forma sutil de sujeição pela sedução. É, portanto, apenas nesse mundo globalizado que o *Big Brother*, programa de televisão, se torna possível. Nesse sentido trata-se de um programa contemporâneo, antenado com seu tempo.

Mas duas coisas devem ser lembradas: não se pode excluir o “outro” impunemente, pois ele pode retornar sob uma forma bárbara, violenta e explosiva. Além disso, o fato da vigilância estar dispersa não anula sua presença e a limitação da liberdade por ela imposta. Somos todos ao mesmo tempo espectadores e vigiados no espetáculo contemporâneo oferecido pela comunicação de massa. Somos todos “pequenos irmãos”.

Notas

¹ Veja Rio, 17/04/2002, p. 16.

² Para um exemplo de análise do “acordo” existente entre mídia e público ver Helal in Rocha (1998).

³ As idéias elaboradas por Louis Althusser em Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado (1969) talvez encontrem aqui, em 1984, o exemplo mais emblemático e aterrorizante da eficácia de um sistema político, retrato de uma época permeada por pessimismo, descrença e horror.

⁴ Na época, muitos simpatizantes do marxismo se desiludiram com a doutrina após as ações de Stalin na União Soviética.

Referências Bibliográficas

- ALTHUSSER, Louis. *Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado*. Lisboa, Editorial Presença, 1980.
- BALL-ROKEACH, Sandra e DEFLEUR, Melvin L. *Teorias da Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro, Zahar, 1993.
- BECKETT, Samuel. *O Inominável*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1989.
- BRECHT, Bertold. “Vida de Galileu” in *Teatro de Bertold Brecht* vol. 5, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1978.
- COELHO, Maria Claudia. *A Experiência da Fama: individualismo e comunicação de massa*. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1999.
- DE MASI, Domenico. *O Ócio Criativo*. Rio de Janeiro, Editora Sextante, 1999
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo, Perspectiva, 1979.
- FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade, Volume I, A Vontade de Saber*. Rio de Janeiro, Graal, 1988.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro, Graal, 1985.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Petrópolis, Vozes, 1984.
- GOFFMAN, Erving. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. Petrópolis, Vozes, 1975.
- HELAL, Ronaldo. “Cultura e Idolatria: ilusão, consumo e fantasia” in ROCHA, Everardo (org.) *Cultura e Imaginário: interpretações de filmes e pesquisa de idéias*. Rio de Janeiro, Mauad, 1998.
- HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C., FRANÇA, Vera Veiga (orgs.). *Teorias da Comunicação – Conceitos, escolas, tendências*. Petrópolis, Vozes, 2001.
- HUXLEY, Aldous. *Admirável Mundo Novo*. Porto Alegre, Editora Globo, 1982.
- LAFARGUE, Paul. “O Direito ao Ócio” in DE MASI, Domenico *A Economia do Ócio*. Rio de Janeiro, Editora Sextante, 2001.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Quem Manipula Quem? Poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 1986.
- ORWELL, George. *1984*. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1984.
- ROSENBERG, Bernard e MANNING-WHITE, David (orgs.). *Cultura de Massa: as artes populares nos Estados Unidos*. São Paulo, Cultrix, S.D.
- RUSSEL, Bertrand. “O Elogio ao Ócio” in DE MASI, Domenico *A Economia do Ócio*. Rio de Janeiro, Editora Sextante, 2001.
- WATZLAWICK, Paul, BEAVIN, Janet Helmick e JACKSON, Don D. *Pragmática da Comunicação Humana*. São Paulo, Cultrix, 1981.