

031

O VOYEURISMO TELEVISIVO: MOLDURAS, MOLDURAÇÕES, EMOLDURAMENTOS.*Álvaro Constantino Borges, Suzana Kilpp (orient.)* (Curso de Comunicação Social, Centro de Ciências da Comunicação, UNISINOS).

Acompanhamos, em todo o mundo, a uma crescente popularização de programas televisivos classificados como reality shows. Nos últimos anos pôde-se observar uma maior preocupação em discutir este gênero de programa televisivo sob as mais diversas abordagens no campo das Ciências Sociais, inclusive povoando uma vasta bibliografia especializada sobre o assunto. Porém, permanece um problema de conhecimento relacionado às gramáticas que a própria TV vem utilizando para enunciar, nesses programas, sentidos identitários (éticos e estéticos) ao voyeurismo televisivo. O que a TV diz, no mundo inteiro, sobre o voyeurismo em programas estruturados no formato "Big Brother" repercute sobre o imaginário social de transparência e vigilância, e sobre o redesenho simbólico do espaço público e do espaço privado. Inscrita na Linha de Pesquisa "Comunicação e Sociedade", esta é uma cartografia dos quadros (molduras) instaurados e mantidos pela TV aberta no Brasil para assim criar experiências de voyeurismo, no sentido televisivo. Procura analisar estas subjetividades implícitas nos programas BBB (Globo) e Casa dos Artistas (SBT), os maiores reality shows da televisão brasileira, que possibilitam fazer um paralelo entre eles (uma vez que, usando o mesmo formato, diferem quanto às molduras que criam). Projeto iniciado em fevereiro de 2003, até o presente momento ainda encontra-se em um estágio preliminar: fichamento bibliográfico e coleta de material empírico (gravação e classificação de imagens de TV; seleção e classificação dos enunciados das emissoras na internet relacionadas aos programas de TV). Nesta fase, porém, já começam a aparecer importantes e significativas diferenças enunciativas entre os dois programas.