

TV REALITY SHOW – ESTRATÉGIAS DE PRODUÇÃO E RECEPÇÃO NA COMUNIDADE DE SENTIDOS. *Mariana Bastian, Clóvis Okada, Herton Carvalho, Samuel Ramos, Antônio Fausto Neto* (Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS).

O projeto TV Reality Show tem como principal objetivo compreender os mecanismos que possibilitam aos processos midiáticos o trabalho de constituição de novas comunidades de sentidos no espaço público brasileiro contemporâneo. Analisar as estratégias simbólicas desenvolvidas pela televisão tendo como preocupação mapear os novos formatos de vínculo social que vão se estabelecendo na sociedade brasileira, mediante emissões denominadas “Reality Shows”. O trabalho procura mostrar as transformações do papel da televisão na esfera do espaço público brasileiro, destacando, especialmente, o seu protagonismo na própria ação social. A pesquisa procura descrever diferentes níveis de intervenção na realidade desenvolvidos por diferentes estratégias de programas exibidos pela TV aberta, no Brasil, e que foram estudados ao longo dos últimos dois anos. São examinadas, a partir de um marco teórico relativo às teorias da enunciação, as diferentes operações que envolvem os processos de interação entre oferta/recepção de sentidos, especialmente os processos através dos quais referidos programas definem enquadramentos nos quais a vida privada dos indivíduos é publicizada, segundo regras privadas de cada programa. Para tanto, são igualmente utilizadas técnicas do domínio da pesquisa qualitativa a fim de efetuar processos de observação e descrição do funcionamento das estratégias. Uma vez que o trabalho se estende até fevereiro, procedemos, no momento, a interpretação de entrevistas e outros dados, a fim de que o relatório final, a reunir as conclusões possa ser redigido a partir do mês de outubro.