

## 3

### Panorama

#### 3.1

#### Confusão dos termos pessoa e personagem

No início deste trabalho, falamos sobre dramaturgia e abordamos o pensamento aristotélico sobre personagem. Relembrando, ele defendia o personagem como reflexo do ser humano, mas trabalhado pelo autor para atender à construção daquele texto específico. Foi o que ele chamou de verossimilhança interna da obra.

Ele via, portanto, enorme semelhança entre personagem e pessoa, e construiu, a partir daí, o conceito de mimesis. Este conceito foi “traduzido” como imitação do real, pois desde o momento da concepção das histórias, havia uma busca referencial do ser humano, mas o que ele acreditava era na verdade da obra acima do simples reflexo da realidade, na coerência daquele personagem ou atitude dentro da realidade daquela obra.

Horácio, pensador latino, seguiu o estudo a respeito personagem, atribuindo a este uma função pedagógica: ele deveria ser uma “versão melhorada” do ser humano, o que dava à arte um valor moralizante e ético, representativo do que o homem deve ou não deve ser.

A partir de meados do século XVIII, estas concepções começam a mudar, sendo substituídas “por uma visão psicologizante que entende personagem como a representação do universo psicológico de seu criador” (BRAIT, 1987, p. 37)

Mas todas estas visões sobre o personagem ainda o relacionavam com o ser humano, não o viam como, segundo Brait, como “seres de linguagem”, como componentes de uma narrativa. Foi com os formalistas russos que isso aconteceu:

*De acordo com essa teoria, a personagem passa a ser vista como um dos componentes da fábula, e só adquire sua especificidade de ser fictício na medida em que está submetida aos movimentos, às regras próprias da trama. Finalmente, no século XX e através da perspectiva dos formalistas, a concepção de personagem se desprende das muletas de suas*

*relações com o ser humano e passa a ser encarada como um ser de linguagem, ganhando uma fisionomia própria. (BRAIT, 1987, P.43/44)*

Os formalistas foram um grupo de estudiosos do início do século XX que buscaram investigar o que seria o específico literário. Autores como Victor Chklovski, Tomachevski e Jurij Tynianov defendiam que a relação entre os componentes da narrativa (personagens, eventos etc.) era fundamental para o processo de construção dramática, e que o importante era focar-se na elaboração artística, no contexto da obra, no objetivo da criação do autor.

*(...) devemos buscar a explicação da psicologia dos personagens e de sua conduta não nas leis psicológicas, mas nos condicionamentos estéticos determinados pelo trabalho do autor. Se Hamlet demora em matar o rei, é preciso buscar a causa não na sua indecisão e falta de vontade, ou seja, na psicologia, mas nas leis que governam a elaboração da estrutura artística. A morosidade de Hamlet não é mais que um procedimento necessário à tragédia, e se Hamlet não mata imediatamente ao rei, isto se deve a que Shakespeare necessitava prolongar a ação trágica por força de leis puramente formais, da mesma forma que um poeta elege as rimas não porque as leis da fonética assim o exijam, mas de acordo com os objetivos da sua criação. (VYGOTSKY, 1972, p.75-76)*

O personagem, portanto, não é simples imitação da vida, é *ser de linguagem*, e seus traços são determinados pelo autor para ter elos de identificação com a realidade e com o público, mas também tem liberdades que uma pessoa, um ser humano comum não teria. Um exemplo pode ser retirado da novela “Pedra sobre Pedra“, na qual o autor Aguinaldo Silva criou o personagem Sergio Cabeleira, interpretado pelo ator Osmar Prado. Na história, Cabeleira, quando via a lua cheia, ela literalmente levado até ela – flutuava e, se não fosse amarrado firmemente à terra, ia embora. Ninguém pode sair voando em direção à lua, e este era o traço fabuloso do personagem, mas o público se identificava com ele, e Cabeleira era bastante querido.

O espectador brasileiro está acostumado a este tipo de personagem real, concreto, do dia-a-dia, mas “entende“ que, por este ser uma *ser de linguagem*, existir somente dentro daquela obra, seja um livro, uma telenovela ou um filme, é permitido a ele ter traços fantásticos, estes justificados pela sua função no texto.

### 3.2

#### Máscaras

Será fundamental trabalhar com a noção de Persona. Esta palavra

*de origem grega significa máscara, ou seja, caracteriza a maneira pela qual o indivíduo vai se apresentar no palco da vida em sociedade. Portanto, diante do palco existencial cada um de nós ostenta sua Persona, mas há, porém, uma respeitável distância entre o papel do indivíduo e o que ele realmente é, ou entre aquilo que ele pensa ou pensam que é e aquilo que ele é de fato. (<http://www.psiqweb.med.br/persona/personal.html>)*

A origem das máscaras está no teatro grego onde elas existiam para que os atores as colocassem sobre seus rostos para, a partir daí, estarem visíveis para o público. Os espetáculos gregos eram realizados em grandes espaços e para um público muito grande, por isso a máscara ajudava atuando como um acessório de fácil identificação daquele personagem para o público. “A máscara dizia de início, e o dizia com muita clareza, quem era quem. A máscara caracterizava (e ainda caracteriza, através dos tempos) física, psicológica e socialmente os personagens.” (PALLOTINI, 1989, P.66)

Outra forma de máscara muito utilizada para caracterizar um personagem, especialmente na ficção, são os arquétipos. Conforme já abordado no primeiro item deste trabalho, os arquétipos são padrões universais reconhecíveis por todos que facilitam a construção de personagens. “Pode-se pensar nos arquétipos como máscaras, usadas temporariamente pelos personagens à medida que são necessárias para o avanço da história.” (VOGLER, 1997, p.49) Com isso, explica-se como um personagem pode começar um texto de um jeito e terminar de outro.

Os principais arquétipos utilizados pelos escritores são: o Herói, cujo propósito dramático é dar ao público a entrada para a história, é aquele com que o público se identifica no primeiro momento; deve ter qualidades, sentimentos e motivações universais; o Mentor, figura positiva que ajuda ou prepara o herói; o Guardião do limiar – aquele que testa o herói quando este tem que enfrentar seus obstáculos; o Arauto, que chama à mudança, que traz o desafio ao herói; o

Camaleão, figura que traz dúvida e suspense à história; a Sombra, que são os vilões, os antagonistas; o Pícaro, que traz o alívio cômico para a trama.

As máscaras “sociais” das quais o indivíduo dispõe nas diferentes situações de sua vida vêm surgindo a partir dos contatos sociais que ele tem no decorrer de sua existência. Com isso, vai se construindo sua identidade.

Hoje, pode-se dizer que a mídia é uma das fontes de projeção e sedução e, conseqüentemente, da construção identitária. Disponibilizando uma grande variedade de experiências, os produtos midiáticos acabam por legitimar valores antes reservados a família e ao círculo de relações sociais mais próximo. Ou seja, Freire-Medeiros e Bakker (2005, p.3) afirmam que “as imagens midiáticas oferecem um cardápio comum de princípios de sociabilidade, dramatizam formas de pensar, agir, e se relacionar, conformando um currículo cultural básico sem o qual torna-se difícil pertencer ao que quer que seja”.

Através da televisão e do cinema, principalmente, o público é “bombardeado” com estas imagens de distinção criadas e entregues pela mídia, o que desperta neste, sentimentos de fascinação e desejo por ser aquilo que é impossível ser. São “referências que se projetam mais sedutoramente do que aquelas ofertadas pelo lar ou pelo círculo de relações sociais mais próximo.” (idem, p.4)

Goffman, em seu livro sobre a representação do eu, afirma que “quando o indivíduo se apresenta diante dos outros, seu desempenho tenderá a incorporar e exemplificar os valores oficialmente reconhecidos pela sociedade e até realmente mais do que o comportamento como um todo.” (GOFFMAN, 1985, p.41)

São estes os valores apresentados pela mídia que se tornam reconhecidos pela sociedade – apresentados maciçamente e mundialmente, logo se estabelecem e são facilmente reconhecidos.

### 3.3

#### **Gênese do personagem e sua transformação em produto de mídia**

A autora Renata Pallotini, em seu livro sobre dramaturgia afirma que, em uma peça de teatro ou cinema de ficção “o personagem é um determinante da ação (...). O personagem é o ser humano (ou um ser humanizado, antropomorfizado) recriado na cena por um artista-ator, e por um artista-autor” (PALLOTINI, 1989,

p. 11). É possível transpor estas mesmas características para o documentário e para o *reality-show*: em ambos, o personagem é uma construção de si próprio (artista-ator) e também de quem o capta, seja ele o documentarista ou o diretor de TV (artista-autor), que vão trabalhá-lo na edição e apresentá-lo para o público.

Eduardo Coutinho, no livro de Consuelo Lins, fala que bons personagens são pessoas que se narram bem. Saber contar uma história é fundamental. Porque não é a simples palavra filmada que significa uma fala rica: mesmo que uma pessoa tenha a vida mais extraordinária, se ela não tiver a habilidade narrativa de apresentá-la, isto a faz perder força.

Coutinho também acredita que a filmagem cria o personagem, pois “força” aquela pessoa que está sendo gravada a se construir no contato com a câmera. Para ele, não existe “uma realidade pronta, mas uma realidade sendo produzida no contato com a câmera.” (LINS, 2004, p.39)

A câmera, portanto, somada à capacidade narrativa do retratado, é fundamental na “composição” de um bom personagem. Pode-se dizer que ela é a maior forma de caracterização do personagem, exclusiva do audiovisual. “A câmera apresenta, introduz, delinea, acompanha o personagem, detalha seu aspecto físico, mostra-o na intimidade, acompanha seus gestos e suas ações” (PALLOTINI, 1989, p.75). A câmera é o olho que acompanha o personagem e nos mostra quem ele é.

Vive-se hoje cercado de câmeras por todos os lados. Pode-se dizer, seguramente, que uma gravação feita nos dias atuais tem uma repercussão diferente do que tinha no início do cinema, por exemplo. Cezar Migliorin, em seu trabalho para a Compós 2005, descreveu três mudanças na relação câmera/personagem/público:

*Falar para uma câmera não é produzir um discurso, mas sim produzir material para que um discurso, separado do momento da filmagem, seja feito. (...) Toda pessoa filmada sabe que pode ser cortada na montagem – apesar de não saber o nome do processo que a exclui – e, para que isso aconteça, irá utilizar uma pluralidade de métodos; exagerar na história, pensar no ritmo mais apropriado para a TV (toda câmera é uma câmera de TV). Em resumo, o personagem faz o papel que ele imagina que o documentarista deseja que ele faça. A armadilha é clara, o que restou para as câmeras é o próprio mundo das imagens. Outra diferença significativa vem da presença de câmeras de vigilância disseminadas nos espaços públicos, cujos efeitos*

*sobre nossas construções subjetivas ainda estamos tateando, mas a efetivação desta sociedade controlada obriga cineastas e artistas a dialogar com essa situação. Como fazer para que haja filmes se tudo é filmado, se nada escapa às imagens? Finalmente, essa interseção entre imagem e vida trouxe para o senso comum a idéia de direito de imagem. (...) para que algo seja uma imagem ele depende de alguém vendo, enquanto que o “direito à imagem” privatiza para o objeto o efeito de ser visto. (MIGLIORIN, 2005, p.10/11)*

Hoje, portanto, o mecanismo da TV não é mais um mistério: as pessoas estão sendo educadas para e pela linguagem de TV. Sabem o que é VT, *close*, entendem que aquilo que é gravado não aparece na íntegra, que vão ser editados; mas o principal é que o público sabe a importância, no mundo atual, de ser retratado na televisão, de aparecer.

Coutinho acaba se utilizando deste conhecimento que seus próprios personagens têm da linguagem de televisão para se “aproximar” deles. Ele diz para seus entrevistados, por exemplo, que seus filmes são reportagens para o cinema porque desta maneira as pessoas entendem de forma mais fácil sua abordagem. Como no documentário não há o imediatismo da exibição, como acontece na televisão, e também a falta de uma total compreensão do gênero pelos participantes, para Coutinho as pessoas acabam falando mais com o intuito de serem ouvidas do que de serem vistas.

Graças a este “conhecimento” que as pessoas têm da mídia e de como ela opera, há uma busca constante pela atenção desta. Estamos “cômodos” com a presença de câmeras e gostamos que estas nos procurem: “não há olhar ingênuo, não há realidade que se entregue sem se espetacularizar, não há mundo sem que um olhar esteja colocado sobre ele” (MIGLIORIN, 2005, p.11)

Ao mesmo tempo que o olhar sobre o poder da mídia não é ingênuo, nos sentimos intimidados por este poder. Não há como negar que a câmera é um instrumento de poder. A jornalista Bia Abramo, em coluna na Folha de S. Paulo de 20/02/04, justifica a não-naturalidade da fala dos personagens afirmando que:

*É como se a câmera fosse um outro mais poderoso, mais inquisitivo e intimidante do que qualquer pessoa de carne e osso e com uma expectativa muito fixa e definida do que são as reações e atitudes adequadas ou não. A emoção passa ao largo. O que se observa quando uma pessoa como eu e você está em qualquer situação vigiada é uma luta entre os sentimentos de*

*fato, pessoais e íntimos, e os posições. Vencem, é claro, os últimos. (ABRAMO, Bia. Emoção medida sobre medida. Folha de S. Paulo, 20/02/04)*

O que podemos chamar de “novo personagem” seria aquele que sabe ou tem mais noção de como se comportar para a câmera, de como expor o que pensa de si para os outros, ou ainda de como os outros esperam que ele se exponha. Ele sabe de que máscara dispor em cada momento. Um exemplo desta situação pode ser os depoimentos de Hélio Luz para o documentário “Notícias de uma guerra particular“, de João Moreira Salles e Kátia Lund, no qual o entrevistado como que “vestia um manto“ de Secretário de Segurança para dar suas declarações. Ele sabia que estava ali, naquele documentário, enquanto figura de autoridade e, por isso, era daquela máscara que ele precisava naquele momento.

Coutinho acredita que o show-business e situações como a do *Big Brother* por exemplo favorecem cada vez mais a invasão da privacidade e o fato das pessoas se “despirem” para o público, na necessidade absoluta de aparecer. As pessoas filmadas nos documentários hoje vivem nesse mundo de *reality-shows* e exposição, então sua relação com a câmera é outra.

Para ele, é neste conflito com o fluxo incessante de imagens produzidas pela mídia que seus documentários conseguem existir. Coutinho acredita que por priorizar não a instantaneidade, mas sim a riqueza de um presente construído a partir de memórias ricas de significados, ele consegue algo interessante.

A câmera dá ao espectador um caráter de intimidade. Pode-se fazer aqui uma relação entre esta busca dramática de intimidade e o melodrama. Em seu trabalho na Compós 2005, Mariana Baltar buscou a imaginação melodramática nos documentários de Eduardo Coutinho. Ela diz que:

*O pacto de intimidade que se procura firmar na ordem da narrativa – entre personagem, diretor e público – garante a legitimidade dos depoimentos. É ele que permite, e adensa, a crença de veracidade, pois ativa uma sensação de confissão. (BALTAR, 2005, p.6)*

Esta sensação de intimidade conseguida nos documentários, principalmente os de Coutinho, acaba encontrando reflexo no público graças a uma construção pré-existente de dramaturgia. O que são as telenovelas senão uma “exposição da

intimidade alheia”, só que de forma ficcional? Elas fazem sucesso porque tocam as pessoas, trabalhando com os traços melodramáticos na estruturação de suas histórias.

Documentários intimistas como os de Coutinho estão na mesma situação, mas tratam da realidade, da vida daquelas pessoas, por isso trazem tanta identificação.

### 3.4

#### **Pode-se representar o real?**

A discussão sobre a possibilidade de representação do real tanto no documentário quanto num reality-show já foi tema de longas discussões. Hoje, pode-se dizer que há quase que um consenso de que não é realidade o que vemos retratado pela mídia.

Alguns profissionais que trabalham na criação de *reality-shows*, na defesa de seus produtos, atribuem seu sucesso ao fato de que aquelas pessoas que participam dos programas não são atores, são reais. Mark Burnett, criador de *reality-shows* campeões de audiência como “O aprendiz”, “Survivor” (“No Limite”) e “The Contender”, afirma que ele consegue o que todas as peças de ficção tentam alcançar, que é a proximidade com a realidade. Ele defende que cada personagem apresentado em suas séries não está representando um papel e, sim, sendo ele mesmo.

O documentário, assim como o *reality-show*, é apresentado como real, mas na verdade não são o “natural total“. Aquela não é uma situação cotidiana, então é mais do que esperado que a ação e a fala daquela pessoa envolvida não seja natural. Aquele é um “recorte“ do real.

Em seu ensaio para a Compós 2004, Fernando Andacht reflete sobre “a tendência crescente para o oferecimento de produtos que se propõem a colocar o espectador diante da vida real, voltando-se, com frequência para o cotidiano das pessoas comuns.” (FIGUEIREDO, 2004, p. 01) Para ele, substituiu-se a sedução das estrelas do cinema pela atração pelo real, por índices que produzam no espectador uma espécie de “conhecimento carnal”, ou seja, algo que “nos faz conscientes de nosso próprio *self* ou identidade.” (ANDACHT, 2004, p. 05)

Em seu relato crítico sobre este mesmo texto, Vera Figueiredo aponta para uma característica de *Andacht*, a de dividir claramente ficção e documentário/*reality-show*. Atualmente, há uma tendência para a diluição destas fronteiras, pois pode-se dizer que o real está cada vez mais contaminado pela ficção. Pode-se perceber isso no próprio “Big Brother Brasil”, onde há uma intensa preocupação com a interpretação da realidade, com dar uma sentido melodramático às atitudes do cotidiano daquelas pessoas confinadas, tanto por parte da direção do programa dos próprios participantes.

O que vai determinar qual será a abordagem de um documentário ou de um *reality* pode ser chamada de dispositivo. Este termo pode ser explicado como o ativador capaz de produzir um acontecimento.

*A noção de acontecimento aqui nos é cara porque acreditamos que as narrativas via dispositivo possibilitam a irrupção destes. Elas provocam o real, perturbam a realidade, trazem um desequilíbrio que exige reordenações, invenções e criações dos participantes do dispositivo. É isso que vemos filmado.” (MIGLIORIN, 2005, p. 7)*

O realizador determina uma espécie de raio de ação: “O dispositivo é criado antes do filme e pode ser: ‘Filmar dez anos, filmar só gente de costas, enfim, pode ser um dispositivo ruim, mas é o que importa em um documentário’.” (LINS, 2004, p.101)

No caso de “Edifício Master”, por exemplo, o dispositivo escolhido foi gravar moradores de um único prédio de Copacabana; em “Babilônia 2000”, filmar o último dia do ano de 2000, em uma locação única (morro da Babilônia). No caso do “Big Brother”, o dispositivo foi: 14 pessoas, confinadas em uma casa durante um tempo determinado e sendo gravadas todo o tempo.

O uso de dispositivos, portanto, “abre possibilidades de encontros entre corpos e objetos, criando efeitos que não podem ser sequer imaginados antes do dispositivo entrar em ação.” (MIGLIORIN, 2005, p.11)

### 3.5

#### O que leva uma pessoa a se deixar filmar

Para estudar esta questão do “por que se deixar filmar” é importante voltar-se para o conceito de imagem lacaniano de que o eu seria o outro. Para Lacan, a primeira identidade do sujeito é com a imagem e esta imagem é o outro: “o eu, escreveu ele, constrói-se à imagem do semelhante e primeiramente da imagem que me é devolvida pelo espelho – este sou eu.” (Disponível em [www.psicanalise.ezdir.com.br](http://www.psicanalise.ezdir.com.br). Acesso em 18 de abril de 2005.)

É o que Lacan chamou de Estádio do Espelho. Na verdade este termo teria sido inventado por Henri Wallon, mas foi Lacan que o apresentou desta outra forma: o ser humano é completamente prematuro no nascimento. A criança quando nasce não tem ego, pois este é uma construção. Aos seis meses de vida, um bebê não perceberia um espelho colocado à sua frente; com sete meses ele percebe algo, mas não sente o reflexo como uma duplicação; conforme vai crescendo, o bebê aumenta sua percepção do espelho, passa a haver uma interação com esta “outra criança”, que mais à frente o bebê vai perceber que é ele mesmo. Aí começa a constituição do ego.

Surge a primeira instância psíquica de Lacan, que é a construção do imaginário (o eu é o outro). A dimensão do simbólico é o mundo, no sentido da linguagem. Quando nos constituímos como sujeito estamos dentro do universo da linguagem. Para Lacan, o inconsciente se estrutura como linguagem, ou seja, tudo está em mim e fora de mim.

Partindo desses pensamentos é possível identificar um aspecto que justifica o aceitar ser filmado: as pessoas se sentem felizes pelo simples fato de ter alguém prestando atenção nelas. Isso acontece por um princípio básico para a psicanálise que é o da alteridade.

*Para Eduardo Coutinho, não há impulso mais poderoso no ser humano do que ser escutado e reconhecido (...). Querendo ou não, para o bem e para o mal, estamos sempre à mercê do julgamento dos outros. As justificativas que o “mundo social” nos dá e as que nós criamos são instáveis, precárias. Não podemos ser reconhecidos de uma vez por todas: desemprego, crise e insucesso bastam para colocar sob suspeição os méritos do reconhecido. Nesse sentido, é brutal o poder de reconhecimento e legitimação de uma instituição como a mídia, em que basta aparecer para existir. (LINS, p.160/161)*

O olhar produz reconhecimento e contribui para a construção da identidade. Passa-se do “Qualquer Um” (“ser genérico, sem singularidade”) para o “Um Qualquer”, aquele que conseguiu se diferenciar da massa. Ao ser ouvido por um documentário ou por um programa de televisão, é revelado “no indivíduo, mesmo o mais insignificante, aquele campo de singularidades do qual ele retira um nome próprio ao empreender operações sobre si mesmo e seu entorno” (GUIMARAES, 2005, p. 11).

Outro fator que pode ser levado em consideração é o da saturação da mídia. Conforme já discutido anteriormente, no trecho sobre a “onipresença” das câmeras, é possível perceber que a mídia influencia enormemente a vida das pessoas e está sendo absorvida a cada dia mais pelo público. Tudo é espetacularizado e participar deste “*show*” é o sonho de muitos.

Para o documentarista Frederick Wiseman, outro aspecto ainda é que, apesar dele considerar que todo indivíduo é um ator, acredita que a maioria não é boa o suficiente para representar outros papéis que não o de si mesmos. Não é porque está sendo filmada que uma pessoa vai mudar sua maneira de ser. Se não quer ser filmada, tudo bem, mas se aceita, agirá da mesma maneira que agiria normalmente. Até porque as pessoas quase sempre pensam que o que estão fazendo é certo e apropriado (por que fazer algo errado?). É isto que dá um bom material para o documentarista.

Mesmo quando uma pessoa não está muito confortável com a idéia de ser filmada, ela ainda assim age da maneira que considera mais apropriada, não para a situação da filmagem, mas para aquela situação maior em que se encontra. E é justamente isso o que um documentarista quer: que as pessoas ajam do modo que acham mais correto. Para Wiseman é um privilégio estar presente quando pessoas representam seus próprios papéis diante de situações complexas.

Ele acredita ter uma única obrigação para com as pessoas que filma nos seus documentários: a de fazer o melhor possível ao mostrar a realidade que encontrou. Ele tenta revelar, com exatidão, a experiência que teve durante as filmagens.

Esta é uma questão muito importante, tanto para o documentarista quanto para um jornalista que realiza uma matéria ou entrevista ou para um editor/ diretor de *reality-show*: preservar a fala do personagem e colocá-la no contexto em que foi dita.

Para um documentarista, por exemplo, ele filma por um período de tempo no qual entra em contato com pessoas e realidades diferentes da sua, acaba o trabalho e vai embora com o equipamento. Já o documentado tem que continuar sua vida. E às vezes, durante a filmagem, este último fala coisas que podem ser interpretadas de diversas maneiras, e que podem trazer repercussões positivas ou negativas. Duas pessoas diferentes podem olhar a mesma situação exibida no mesmo documentário e chegar a conclusões diferentes, baseadas nas suas experiências e valores.

A questão da polissemia é bastante seria porque, mesmo que o personagem, além de ter dado a autorização para a filmagem, assista à cena “duvidosa” e aceite sua exibição, ele não sabe o que as outras pessoas vão pensar. Esta é uma grande questão: o que terá mais importância, a integridade artística do filme ou a lealdade do personagem.

Na maioria dos casos de filmagem, o contato do documentarista com os personagens se dá somente naquele momento. Aquela seqüência representará a única vez que as pessoas filmadas o verão. Isto é um facilitador para o trabalho de edição, já que se vê cada personagem como um veículo transmissor de uma idéia, não como uma pessoa com a qual se tem uma relação. Certamente, não por causa disso, pode-se deixar de se preocupar com aquela pessoa, pois o que ela fala pode repercutir para quem assiste e atingir sua vida fora do filme/ programa.

Uma situação bastante polêmica foi a vivida pelo médico Rogério nesta quinta edição do “Big Brother Brasil”. Ele aceitou participar do programa, cumpriu todas as etapas para chegar à efetiva entrada na casa e, dentro dela, expressou sua opinião, fosse ela verdadeira ou “inventada” por ele para gerar polêmica. Rogério se mostrou extremamente radical e preconceituoso, principalmente em relação aos homossexuais. Isto começou a acontecer depois da declaração pública de outro participante do programa, Jean Wyllis, ao justificar sua indicação para o primeiro paredão, creditando a situação ao fato de ser *gay*. A partir daí, Rogério aumentou as brincadeiras, insinuações etc., tudo “reforçado” pela edição do programa.

A exibição de tal material gerou uma reação instantânea no público que acompanhava o programa, que começou a protestar, criticar o comportamento de Rogério, e até mesmo organizar grupos que ameaçavam agredi-lo fisicamente quando este saísse do programa.

Em um caso não tão sério, no BBB2, o diretor do programa Boninho deu uma entrevista falando sobre o que mostrar no *reality-show*:

*Playboy: Você pretende detonar alguém na edição, como no caso do videoclipe da Stella enfiando várias vezes o dedo no nariz (...) Boninho: Mas se a Stella tinha mesmo a mania do nariz e era impossível não brincar com aquilo (...) Se a pessoa tiver uma mania semelhante e entrar na casa do BBB, vou detonar, sim. O cara sabe que, se está lá dentro, é para isso mesmo.” (BARROS, apud ANDACHT, 2004: 09)*

Esta entrevista, citada no artigo de Fernando Andacht, dá uma noção do “tratamento” do programa, seus princípios, sua “ética e estética”. Boninho afirma que o programa só exhibe o que o próprio personagem faz, sem acrescentar ou poupar nada. A equipe de edição do programa, inclusive, diz que muito do que Rogério falava não era colocado na edição, por que realmente poderia comprometer-lo fora da casa, como gritos de “Heil, Hitler” acompanhado do gestual correspondente, comentários sobre desvio de medicamentos controlados no hospital onde ele trabalhava etc.

Andacht chama este tratamento de “efeito Arcimboldo”, que significa “exorbitar a identidade normal, essa que foi apresentada no começo como ‘o perfil do participante’, para que o contraste com a criatura na qual ele se transformará seja mais notório ainda.” (ANDACHT, 2004, 11)

É importante ressaltar que um *reality-show* como o “Big Brother” tem uma grande preocupação comercial, ou seja, ter um elevado índice de audiência para alavancar contratos de merchandising duradouros e lucrativos. Portanto, quanto mais polêmica, maior o interesse do público, maior a audiência, e maior o lucro. Em um documentário,

*o fato de a equipe não ser conhecida, não pertencer a canal algum de televisão, de o filme levar no mínimo um ano para ficar pronto e de os personagens não saberem muito bem o que é um documentário, tudo faz com que um outro tipo de contato seja estabelecido. Se não evita, pelo menos reduz o desejo excessivo de aparecer e diminui as chances de esse contato gerar a lógica do pior. (LINS, 160)*

O documentarista tem, em princípio, um cuidado maior com seus personagens e com seus desejos de encontrar a eternidade na efemeridade, até por ter mais tempo de finalização e menos contato com a rotina diária destes.

### 3.6

#### Dinâmica de *casting*

*Perguntar é efetivamente uma tarefa difícil, seja em uma pesquisa, em reportagens ou mesmo no cotidiano. (...) Conversar, orientar uma conversa, 'desprogramar', atrapalhar o menos possível, mas intervir de alguma forma, estas são questões que não se resolvem de 'uma vez por todas'. (LINS, 2004, p.146)*

A pergunta é o primeiro passo dado pelo pesquisador de personagem na busca por seu objetivo. A primeira delas é feita para quem lhe faz a “encomenda”. Um documentarista ou um produtor/ diretor de TV cujo produto exija personagens precisa passar, de forma clara, para o pesquisador, o que procura.

Este *briefing* inicial pode se alterar ao longo do processo. Em muitos casos, ao se deparar com alguém “especial” o próprio realizador repensa seu projeto e pode até dar um novo rumo a seu trabalho. No documentário “Futebol”, por exemplo, de João Moreira Salles, a idéia era acompanhar dois jogadores, promessas do esporte, na sua trajetória vitoriosa; mas os jogadores não corresponderam ao sucesso esperado e o filme teve que passar a ser sobre promessas que não se concretizaram, sobre “perdedores”.

A pesquisa de personagens é um procedimento muito utilizado por realizadores em todo mundo. Ela é feita na fase de pré-produção, antes do processo de gravação ou filmagem. Com isso, acaba por agilizar este segundo momento da realização e, principalmente, economizar tempo e dinheiro. Com a seleção de participantes em mãos, não se grava material que vai acabar não sendo utilizado, poupando filme/ fitas e esforços de produção, que poderão, então, ser redirecionados de forma mais eficiente.

Em alguns casos, não há uma pesquisa prévia de personagem. O documentarista Frederick Wiseman, por exemplo, em sua série de documentários sobre instituições norte-americanas, não faz pesquisa. Após escolher o lugar para

filmagem, onde acha que boas situações possam surgir, consegue as permissões para gravação e vai para a instituição levando uma equipe reduzida (ele, o operador de câmera e um assistente) e os equipamentos. Fica esperando até que as pessoas se acostumem com a presença da câmera (o que leva aproximadamente uma semana) e só depois começa a filmar. Mas em seus filmes, não há um enfoque direcionado para nenhuma pessoa em especial – os filmes são compostos por mosaicos de personagens, organizados de forma circular, não-linear, para dar a sensação de que tudo permanece igual do início ao fim do filme, que nada se modifica. Por causa disso, Wiseman tem que lidar na edição com 30 horas de material bruto para cada hora editada.

Normalmente, após a conversa com o realizador, o pesquisador vai à procura dos perfis que lhe foram solicitados. A pesquisa pode começar com acessos à Internet, contatos telefônicos, conversas com conhecidos... Quando vai a campo, o pesquisador faz uso de uma câmera de vídeo ou de um gravador e máquina fotográfica para registrar suas conversas. É importante para o documentarista ou para o produtor de TV ter acesso à imagem do entrevistado, à forma como ele fala, e não apenas à descrição deste feita pelo pesquisador. É preciso o máximo de informações para se tomar uma decisão.

Nesta fase das entrevistas, são realizadas várias, para extrair daí o número desejado de participantes. Neste momento, no contato entre o pesquisador e o possível personagem, é que retorna a importância do ato de perguntar, somado ao ato de escutar:

*Pierre Bourdieu defende ‘uma relação de escuta ativa e metódica, tão afastada da pura não-intervenção da entrevista não-dirigida quanto do dirigismo do questionário’ – postura que, admite, não é fácil de se colocar em prática. Trata-se de pôr em ‘disponibilidade total em relação à pessoa interrogada’, de se submeter ‘à singularidade de sua história particular,... a entrar em seus pontos de vistas, em seus sentimentos, em seus pensamentos’. Fazer um movimento de abertura para o outro e de atenção ao que está sendo dito, o que raramente acontece nas trocas cotidianas, tentando afastar a ‘indiferença da atenção favorecida pela ilusão do já visto e do já ouvido para entrar na singularidade da história de uma vida’.” (LINS, 2004, p.148)*

É fundamental que o pesquisador não antecipe, na própria fala, o que acha que pensa seu entrevistado. Às vezes, na busca por uma “resposta certa”, a pergunta acaba sendo formulada de maneira a direcionar o pensamento, o que não é interessante para o trabalho. Desta maneira, o entrevistado, como que para “agradar” quem lhe dá voz naquele momento, acaba não expressando sua singularidade, mas sim dando respostas previsíveis, repetitivas.

A escolha das palavras deve ser feita de forma cuidadosa. Cada palavra leva em si o peso de um pré-julgamento, de um conceito existente na vida do pesquisador, que muitas vezes não encontra reflexo na vida do entrevistado. Uma pergunta polêmica ou preconceituosa pode pôr fim a uma conversa que, talvez conduzida de outra maneira, renderia boas declarações.

A abordagem inicial de uma pesquisa passa por origem da pessoa entrevistada, histórias de vida, características etc. Eduardo Coutinho, por exemplo, orienta suas pesquisas para priorizarem

*onde o personagem nasceu, casou, estudou, se teve filhos, o que faz, como conheceu o marido, o namorado, como foi parar ali. Por isso ele insiste em usar o termo 'conversa', e não a palavra entrevista, mais ligada aos especialistas. A opinião é, no seu entender, o que mais propicia um fala pré-fabricada, retomada sem originalidade ou força. Inversamente, quando as pessoas contam suas vidas, quando se narram a partir de experiências pessoais, aumentam consideravelmente as chances de se obter uma fala viva, e as opiniões que podem surgir emergem misturadas a essas experiências, portanto mais vigorosas (...)*  
(LINS, 2004, p.148/149)

Como vivemos em um mundo extremamente mediatizado, é importante que o pesquisador esteja atento a todas as suas perguntas e às respostas dadas pelo entrevistado. O “bombardeio” intenso de informações pode nos fazer deixar passar algo interessante ou algo que possa se desdobrar em uma nova pergunta e em uma nova história. É importante também não se permitir chegar programado, esperando encontrar algo, pois isto pode fazer com que não se perceba aspectos enriquecedores e surpreendentes de um personagem.

*(...) por mais cuidados que possamos tomar, há sempre uma infinidade de fatores a nos lembrar que não se trata em absoluto de uma relação 'virgem' entre um emissor, de um lado (o entrevistado), e um receptor, do outro, cheio de boas*

*intenções (pesquisadores, cineastas). É uma conversa em meio a um turbilhão de informações fragmentadas, conhecimentos díspares, avaliações mútuas disparatadas, sensações, sentimentos e predisposições dos mais diversos tipos, impossíveis de serem todos eles controlados.” (LINS, 2004, P.151)*

Terminada a pesquisa, o realizador escolhe seus personagens (número este que pode ser novamente reduzido na edição). No documentário “Edifício Master”, de Eduardo Coutinho, por exemplo, foram entrevistados setenta moradores, dos quais trinta e sete foram filmados. Destes, apenas vinte e sete entraram na edição final.

Depois, passa-se para a etapa de gravação ou filmagem. Neste momento, há a negociação de horários, necessidades etc. O mais usual é que o pesquisador mantenha o contato com seus personagens também nesta fase, agindo como elo entre a equipe, nova para o pesquisado, e este. O pesquisador serve como “referência”, como “legitimador” de que aquelas pessoas desconhecidas que lá estão são como ele – se o personagem “gosta” do pesquisador, acaba transferindo este “sentimento” para toda a equipe.

*Sem a pretensão de constituir uma ‘hagiografia’ do homem ordinário e, muito menos, de proporcionar-lhe uma representação adequada, ou ainda de devolver-lhe a palavra usurpada pelos peritos e especialistas, aquele que mapeia os deslocamentos do ‘homem sem qualidades’ não pode escapar da linguagem ordinária, não pode observá-la do exterior. O pesquisador da vida ordinária encontra-se cercado pela ‘prosa do mundo’ e sua demarche analítica só pode constituir-se à maneira de um estranho fora da própria casa. (GUIMARAES, 2005, p.12)*

Nos itens seguintes, vamos analisar dois programas exibidos pela TV Globo, nas quais a pesquisa de personagens é fundamental e exemplificam a dinâmica do *casting*, descrita acima. A escolha do programa “Muvuca” e do quadro “Agora ou Nunca”, do programa “Caldeirão do Huck”, não é ao acaso. Na busca da integração da teoria com a prática profissional, escolheu-se o programa “Muvuca” no qual atuei como pesquisadora de personagens no período de outubro de 1999 a agosto de 2000, e o “Caldeirão do Huck”, no qual atuo como assistente de produção desde novembro de 2003, tendo como responsabilidade, desde o

início, o quadro “Agora ou Nunca”, para o qual a escolha de um bom personagem garante o sucesso do quadro.

### 3.6.1

#### Muvuca

O programa Muvuca estreou em 14 de novembro de 1998 como um mistura de *talk-show* e reportagens, conduzidos por Regina Casé, e que unia famosos e anônimos. A exibição era aos sábados à noite (por volta de 21h30).

Produzido e gravado em uma casa de mais de 200m<sup>2</sup> no Humaitá, o programa misturava bastidores e cena, o que criava um clima de informalidade. A própria Regina Casé definia o “Muvuca” como um “programa de encontros”. Daí a naturalidade das conversas dentro da casa e a possibilidade da mistura entre pessoas comuns que eram convidadas a participar do programa e famosos que iam se apresentar ou ser entrevistados.

Em abril de 1999 o programa passou a ser exibido às sextas-feiras depois do Globo Repórter e em abril de 2000 às terças. Nessa última fase, o programa saiu da casa e passou a ser feito em externas, o que acabou fazendo crescer a participação dos anônimos nos quadros.

O programa que no início elevou os índices de desempenho da TV Globo nas noites de sábado de 20 pontos de ibope para a casa dos 30, acabou saindo do ar por problemas de audiência em agosto de 2000.

A equipe montada para a estréia do “Muvuca” era basicamente a mesma que já acompanhava a apresentadora Regina Casé em seus programas anteriores, “Programa Legal” e “Brasil Legal”. Foram contratadas algumas pessoas novas, entre estas os pesquisadores. Para esta função, foram selecionados estudantes para uma espécie de estágio, em que aprenderiam com os redatores como encontrar um personagem. Foi desta maneira que comecei a trabalhar com pesquisa.

Houve uma preocupação de que a equipe de pesquisa fosse heterogênea, que contasse com estudantes de diversas universidades, que morassem em bairros diferentes e que tivessem experiências/ *backgrounds* diversos. Isso aconteceu porque era importante que não existisse uma visão única dos fatos e dos próprios personagens, algo pré-estabelecido e, portanto, repetitivo.

Para chegar à efetiva participação de um personagem no programa, cada pesquisador conversava com o roteirista, que lhe fazia uma “encomenda” de perfil necessário para a situação que ele estava pensando: senhoras portuguesas para fazer um cozido para a Wanderléa e o Trio Forrozão; homens de bigode para fazer parte de uma cena de faroeste com a participação das dançarinas do *É o Tchan*; e policiais para participar de um desfile de beleza julgado por vencedoras do concurso Miss Brasil de diversas épocas.

Deste *briefing* do redator, partíamos para as entrevistas, fossem elas pré-produzidas ou não. Em algumas pesquisas, tínhamos contato prévio pelo telefone com os locais ou pessoas a serem pesquisadas (uma academia, uma escola, um profissional liberal etc.) e, a partir daí, agendávamos uma conversa.

Em outras ocasiões, apenas íamos para a rua buscando alguém que nos chamasse a atenção. Procurávamos alguém que tivesse “uma cara boa”, como costumávamos falar. O que define uma “cara boa”? Um rosto que gere empatia, que fotografe bem, que nos atraia de alguma maneira.

O próximo passo era a conversa, sempre gravada com uma câmera VHS. Esta nos dava uma noção de como esta pessoa reagiria na gravação para valer, com a Regina Casé, a equipe, a luz etc. E a conversa deveria fluir naturalmente, como um bate-papo agradável. Não fazíamos uma entrevista formal; normalmente estávamos no ambiente da pessoa (seu trabalho, sua casa, sua associação de moradores etc.).

Com o material em VHS nas mãos, selecionávamos os melhores perfis e mostrávamos para os redatores. Estes, junto com o redator final, escolhiam aquele ou aqueles personagens que iriam participar da gravação e, com esta resposta, relatávamos todos os fatos interessantes relacionados àquela pessoa para que a apresentadora Regina Casé soubesse o que explorar na hora do bate-papo.

Enfrentávamos algumas dificuldades na busca de bons personagens. Como éramos estagiários, por um bom tempo não tivemos uma identificação oficial, que nos vinculasse à TV Globo e ao “Muvuca”, e isto nos trazia uma insegurança se as pessoas acreditariam no que estávamos falando ou não. Como abordar um estranho na rua e conseguir convencê-lo de que este participaria de uma gravação de um programa de televisão?

É, no mínimo, inusitado ser parado na rua por um estranho que se diz parte da equipe de um programa de televisão e que pergunta sobre detalhes particulares

de sua vida. Pensávamos ser impossível que alguém nos desse atenção numa situação como essa, mas, na maioria dos casos, era justamente o oposto o que acontecia. As pessoas paravam, nos davam atenção, respondiam a tudo que era perguntado e nos davam seu contato. Convidadas para participar da gravação, aceitavam, praticamente sem questionamento.

Especulando sobre o porquê desta situação, podemos nos remeter às questões levantadas no item anterior sobre o se deixar filmar. Seria a vontade do reconhecimento, mas um reconhecimento elevado a uma potência maior; no mundo atual onde há a espetacularização do cotidiano, ter a mídia legitimando alguém como indivíduo, como singular, é tentador.

O diferencial do programa, na fase do Casarão do Humaitá, era tirar, no momento da gravação, a pessoa do seu ambiente. Ao contrário da maioria dos documentários em que a equipe vai até o personagem, o “Muvuca” levava o anônimo para um ambiente cenografado, um set, normalmente freqüentado por famosos, e ainda colocava este anônimo frente a frente com os famosos.

Para unir estes dois universos tão diversos e distantes, os roteiristas se utilizavam de motes dramáticos: se convidávamos um entregador de mercado para interagir com uma banda de rock, o motivo de sua entrada em cena seria fazer uma entrega “falsa” para o vocalista. E daí iam surgindo pequenas histórias que costuravam todo o roteiro, dando a sensação de atividades paralelas e inusitadas acontecendo dentro da mesma casa.

É importante ressaltar que o “Muvuca” surgiu como herdeiro do sucesso do “Brasil Legal”. Enquanto o “Brasil Legal” era mensal, possuía uma estrutura de produção e pesquisa de personagens maior, mais bem cuidada e com mais tempo, o “Muvuca” surgiu com uma proposta de programa semanal, o que forçou a uma adaptação no formato da atração. Com menos tempo para produção e pesquisa dos personagens, a casa do Humaitá servia como dispositivo atrativo. A casa, os personagens e as atrações musicais conviviam em sinergia, dando equilíbrio, simultaneidade e sustentabilidade entre elas. No momento em que “Muvuca” passa a ser gravado em externas, o programa vai perdendo sua identidade, seu referencial. Como os personagens são gravados em quadros separados, sem as atrações musicais ou presença de famosos, e sem a casa como dispositivo, ele também perde seu potencial para atrair o público. Este, em nível observacional,

poderia ser um dos motivos para a queda dos níveis de audiência e conseqüente cancelamento do programa.

Independente da fase da produção (com a Casa do Humaitá ou externas) cada parte do programa tinha um tema e um perfil específico para ser procurado e usado dentro deste tema. Mas este perfil específico era apenas outro dispositivo para descobrirmos pessoas ricas de conteúdo, interessantes, mesmo que em questões totalmente diferentes dos temas. Se nos “encomendavam” uma manicure, esta não precisava ter histórias incríveis relacionadas à sua profissão; de repente, outros aspectos de sua vida se destacavam na conversa com o pesquisador e isto “renderia” muito mais na conversa durante a gravação.

A edição do programa era acompanhada pelo diretor artístico e pelo diretor do programa, além de um redator que havia acompanhado a gravação e poderia sinalizar os pontos fortes de cada situação. O objetivo era dar sentido aqueles encontros de forma a mostrar a diversidade do ambiente de gravação e a interação da apresentadora com os participantes. Depois que o programa deixou de ser produzido no casarão, a edição coordenava as matérias gravadas em externas de forma a manter a variedade, o ritmo e o humor do programa.

Em termos de repercussão não havia muito contato entre a equipe e o personagem depois da gravação (como acontece com o “Agora ou Nunca” em função do pagamento do prêmio), mas alguns casos chegavam ao nosso conhecimento. Exemplos disso são o do entregador que foi promovido no trabalho depois de aparecer no programa e de uma catadora de papel que durante a entrevista com a Regina confessou ter vontade de ir a um mercado e comprar muitos biscoitos e pacotes de miojo, mas não o fazia pro ganhar pouco. Ela teve o sonho atendido por um espectador que se comoveu com o relatou e mandou uma caixa dos produtos para ela.

### **3.6.2**

#### **Agora ou Nunca**

O “Agora ou Nunca” é um quadro do programa “Caldeirão do Huck”, exibido pela TV Globo todos os sábados a partir de 14h15. No ar desde setembro de 2001, o quadro é um dos picos de audiência do programa. Trata-se de um

desafio que é proposto pela equipe de criação do programa para uma pessoa que deve cumpri-lo com sucesso para ganhar um prêmio de dez mil reais.

A grande maioria dos participantes escreveu para o quadro, contando sua história e se dispondo a participar, o que o difere do programa anterior, o “Muvuca”, no qual os personagens eram descobertos na rua. São raros os casos de personagens produzidos; isso acontece em provas que exijam uma habilidade específica, como as provas de força, por exemplo, ou uma profissão determinada que não exista no banco de personagens, como um frentista, por exemplo.

As cartas e e-mails normalmente contam histórias de vida difíceis, com problemas de doença na família, dívidas, mas também de sonhos de abrir um negócio ou voltar para a terra natal.

A caixa postal do quadro recebe em média duas mil cartas por mês<sup>1</sup>. A trajetória de uma pessoa para chegar do envio da carta/ e-mail à efetiva participação no quadro passa por várias etapas. Durante a exibição do quadro no programa é divulgada a caixa postal e o endereço do *site* para o envio das correspondências. As cartas são lidas e as histórias mais diferentes, inusitadas ou emocionantes são pré-selecionadas. Estes são convocados para uma entrevista na qual respondem a um questionário e contam suas histórias com mais detalhes. Estes questionários vão para uma espécie de banco de dados e estas pessoas vão sendo chamadas aos poucos, conforme forem surgindo as oportunidades.

Mas nem sempre quem é entrevistado chega efetivamente a ser chamado. Muitas vezes a história é boa, mas a pessoa não consegue se expressar bem, contá-la direito, e isto é problemático para a linguagem da televisão. Relembrando Coutinho, um bom personagem é aquele que se narra bem.

Outro fator importante é a atitude da pessoa diante da sua situação: manter a positividade e o bom humor também conta pontos para a escolha. Como o “Agora ou Nunca” é um jogo, pode-se ganhar ou perder, uma pessoa depressiva pode não encarar bem uma derrota. Houve um caso em que um casal ligava semanalmente para a produção após ter enviado várias cartas querendo participar do quadro. Quando o marido foi chamado, treinou, mas na hora de realizar a prova ficou nervoso e desconcentrado e acabou perdendo. Nas semanas seguintes, eles continuavam ligando, extremamente deprimidos, pedindo mais uma chance,

---

<sup>1</sup>Levantamento realizado entre os meses de julho e setembro de 2005, a partir de dados fornecidos à autora pelo Setor de Malote da TV Globo.

alegando que aquele quadro era a única chance que tinham de mudar a vida. A esposa chegou a ameaçar suicídio...

Em novembro de 2005, surgiu outro caso: um casal, com a mulher grávida de gêmeos, veio caminhando de Uruguaiana, no Rio Grande do Sul, com mais dois filhos (um menino de quatro anos e uma menina de dois), com destino ao Rio de Janeiro, para encontrar Luciano Huck. A casa deles tinha pegado fogo, marido e mulher perderam o emprego. Desesperados, resolveram que pedir ajuda para o apresentador era a única possibilidade. A caminhada levou nove meses, e, em nenhum momento, o casal pensou em parar, conseguir um novo emprego e recomeçar. Queriam que o apresentador desse a eles uma chance de comprar uma nova casa na cidade de onde saíram.

Estes dois casos ilustram bem o poder que a televisão tem na formação do imaginário da audiência. Elas procuram não o poder público para solucionar seus problemas, mas sim a televisão, por considerá-la um espaço próximo, e seus apresentadores, figuras confiáveis. Um programa de televisão passa a ser a porta para o fim dos problemas, sucesso, dinheiro, fama. Não é de se espantar que a grande maioria da população queira uma chance de aparecer...

*O público recorre à televisão para alcançar aquelas coisas que as instituições não garantem: justiça, indenizações, atenção. É difícil afirmar que a televisão seja mais eficaz do que as instituições para assegurar essas demandas, mas sem dúvida parece ser, uma vez que não precisa ater-se a adiamentos, prazos, procedimentos formais que retardem ou transfiram a solução. (SARLO, 2000, p. 77)*

Voltando à entrevista do “Agora ou Nunca”, a apresentação também importa, mas não é fator determinante. Mas o mais comum é vermos nas entrevistas as pessoas mais arrumadas do que provavelmente costumam andar, as mulheres usando maquiagem, o que elas querem é impressionar pela imagem, causar uma “boa impressão”.

Depois das entrevistas, os personagens que se destacaram são apresentados para os redatores. A cada reunião de programa se define qual prova será produzida e com essa informação, a redação define qual o melhor perfil para aquela prova. São levados em consideração a renda do candidato, suas aptidões físicas ou

intelectuais (dependendo da prova) e seu objetivo caso consiga ganhar o prêmio de dez mil reais.

A pessoa é contatada com antecedência para que se grave um VT-perfil na casa/ trabalho dela. Neste VT, procura-se ilustrar o que a carta e a entrevista de pré-seleção trouxeram de informação sobre a rotina daquela pessoa, além de apresentar para o público de casa as características daquele personagem, buscando gerar empatia neste espectador.

O interessante em relação ao perfil, conforme já comentado anteriormente ao tratarmos sobre a familiaridade com o conteúdo da televisão, é a “intimidade” com que as pessoas tratam esta gravação, reconhecendo rapidamente o termo “VT” e se propondo a “atuar” conforme solicitado pelo redator que acompanha a gravação. Neste perfil podemos observar, portanto, um pouco de dramaturgia já que, além da fala da pessoa, temos a simulação de situações cotidianas como arrumar um filho para ir à escola, lavar uma louça, sair para o trabalho.

Outro fator interessante é a mobilização do universo daquele personagem no momento da gravação do perfil. Os vizinhos, a família, os colegas, todos participam e comentam sobre a “fama momentânea” daquela pessoa. Brincadeiras do tipo: “Vai aparecer na Globo!” ou “Está ficando famoso!” são muito comuns e a estes segue uma resposta afirmativa e, ao mesmo tempo, envergonhada e orgulhosa do sujeito em questão.

Esta “fama momentânea” se estende por mais dois momentos: a participação no palco durante a realização da prova, diante dos olhares da platéia, da equipe e do próprio apresentador Luciano Huck, e também na exibição do quadro no ar. Mesmo quando perde, o participante gosta de se ver no programa. Em algumas raras vezes, quando o quadro é gravado mas não é inserido na edição final do programa, isso gera uma decepção nas pessoas envolvidas, mesmo nos casos em que o participante venceu e o prêmio vai ser pago de qualquer maneira.

Isto prova que, mais do que o dinheiro, a exposição na mídia também é bastante valorizada. No “Agora ou Nunca” não há um desdobramento da “fama” como no Big Brother, por exemplo, mas a repercussão dentro do âmbito daquele indivíduo já gera satisfação.