

CONSTRUÇÕES DE PERFORMES NAS MÍDIAS: UMA REFLEXÃO CONCEITUAL

THE CONSTRUCTION OF PERFORMERS IN THE MEDIA A CONCEPTUAL REFLECTION

Regiane Caminni Pereira da Silva*

Resumo: O objetivo deste trabalho é traçar um apontamento de idéias e de reflexões que envolvam, semioticamente, a construção de atuantes nas mídias.

A atuação desses performers é vista de forma presencial. Como objeto de aparição instantânea, caracteriza o efêmero e o reciclável daquilo que é midiático.

A investigação desse processo está nas intersemioses que o produzem. Como resultado de uma complexa semiose entre diversos códigos, linguagens e mediações, tem-se um atuante recodificado pelos processos comunicativos entre elas – o performer.

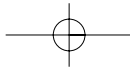
Palavras-chave: Performer; intersemioses; mídias.

Abstract: This paper aims to point out ideas and reflections which semiotically involve the way performers are built from the media. Such people's performance is thought as something current. The occurrence of the performers features both the ephemeral and the recycled of what is considered from the media.

The investigation of this process is within the intersemiosis which brings it forth. We will have, as a consequence of complex semiosis among different codes – languages and mediations – a recoded performer by way of communicative processes.

Keywords: Performers; intersemiosis; media.

* Atriz, mestre e doutoranda em Comunicação e Semiótica na PUC-SP. Professora da Universidade Anhembi-Morumbi.
E-mail: rcamin@uol.com.br



1. INTRODUÇÃO

No contexto midiático, o ator televisual rompeu com a tradicionalidade da personagem como elemento de representação. Surge um atuante que age por meio de suas ações performáticas ou pelos seus atos performativos¹. Sendo assim, não se tem mais, meramente, a figura do apresentador ou do ator ou do modelo, mas aparece, nesse cenário, o atuante como *performer*. Os próprios mecanismos das mídias acabam criando e sustentando sua produção. Com isso, a *performance* deixa de ser, simplesmente, um conceito artístico e passa a ser um elemento fundamental nas semioses da comunicação.

Jornalistas, modelos, atores, apresentadores, participantes cumprem suas funções de atuação num cenário de encenações. Apresentam, representam ou, simplesmente, participam de um gênero ou evento midiático. O corpo, a presença e a atitude/conduita tornam-se essenciais, destacando-se como elementos diferenciais entre *performers*, num espaço em que a espetacularização faz-se presente.

O objetivo deste trabalho, no momento, não é apresentar a análise de um caso específico de atuação como exemplo, mas apontar algumas questões que constroem, semioticamente, o *performer* midiático.

A investigação desse processo concentra-se nas intersemioses que constroem, vivamente, o valor de atuantes nas mídias, tendo como ponto de partida a televisão na contemporaneidade brasileira, já que a considero como uma mídia que gerencia tematicamente, de certa forma, outras mídias, alimentando seus conteúdos de divulgação.

A princípio, seria possível chamar esses atuantes de “personagens nas mídias”, pois se compõem para atuar nelas. Ou seja, fazem-se “personagens” por eles mesmos, mas num tempo efêmero, de forma presencial e fabricada, para marcar determinado momento. Alguns deles vão se reciclando presencialmente para manter-se nesse cenário, tornando-se notícia na “rede das mídias” (SANTAELLA, 1996, p. 34-40) qualquer motivo em sua vida.

Essa espécie de atuação ganhou espaço, e vem ganhando cada vez mais, na mídia televisual. É por meio da imagem do *performer*, principalmente, que a televisão monta e divulga seus programas. Essa imagem vem acompanhada de suas supostas ou simuladas habilidades num possível jogo de *marketing*.

A montagem de um programa ou de uma peça publicitária, por exemplo, evoca um caráter de encenação. As pessoas que se mostram nesses programas e que os conduzem passam a atuar nesse âmbito. Esse não é mais, puramente, o da representação, porque, na maioria das vezes, esses *performers* não representam (simulam), mas encenam por eles mesmos no tempo presente e não por uma personagem propriamente dita.

Já que, diante do panorama contemporâneo das mídias, o ator televisual está rompendo com a representação, o *performer* surge com a “apresentação”, pois trabalha com o momento presente da enunciação. Expressa-se, declara-se, exprime-se, expõe-se, manifesta-se no momento da “presentificação”. Ou seja, o *performer* é presencial, atuando em função do instantâneo, do efêmero e da velocidade do tempo da “rede das mídias” às vistas de alguém – do receptor.

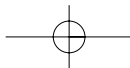
Assim, a questão da pesquisa promove-se nessa relação-operativa *performer-presentação*. Tal semiose é processada por intersemioses que articulam diversas linguagens para essa construção. A personagem, num sentido categórico, desvirtua-se, pois não representa mais puramente o outro, mas se apresenta por ela mesma. Esse “ela mesma” é recodificado por uma produção que envolve outros agentes nesse processo de fabricação. Supostas qualidades desse atuante são ressaltadas e reproprocessadas como um produto a ser vendido.

O conceito de personagem aparece recodificado para alguns *performers* midiáticos, quando é reconhecido pela(s) sua(s) marca(s) em exposição, ou seja, aquilo que o identifica por meio da visualidade composta para a sua personificação. Já o valor de *performer* é mais caracterizado pela ação desses atuantes – o modo ou forma como essas ações são conduzidas ou mostradas por uma pessoa em específico.

Todos eles, sejam quais forem as suas funções, levam para sua atuação características que, de alguma maneira, são-lhes próprias. O que acaba acontecendo é um jogo de intercâmbios entre as linguagens dos condutores que atuam nos espaços de encenação. Independentemente do tipo de *performer*, pode-se perceber um denominador comum: eles se constroem num processo de edição, operacionalizado pelo sistema televisual, visando a atingir outras mídias.

¹ – O termo *performance* possui caráter polissêmico, sendo apropriado para vários usos. A expressão *performativo* ou *performatividade*, segundo Austin, diz respeito a um ato comunicacional, a uma atuação em qualquer expressão ou gênero. Esta atuação está mais ligada a um sistema de comunicação, ou seja, a forma como alguém conduz um ato comunicacional nesse sistema. O termo *per-*

formático, segundo Cohen (1989), está ligado, tipicamente, aos modos da *Arte Performance* – expressão artística dos anos sessenta, adjetivando uma qualidade histriônica e idiosincrática. Nota apresentada no trabalho do XXV Intercom em 2002 intitulado: *Ator de TV: um trânsito semiótico*.





Para uma tipificação deste estudo, chamo essa espécie de atuante que surge nas mídias de ator-*performer*, pois ele nem é um ator ligado ao tradicional nem puramente um *performer* surgido nos movimentos da Arte-*Performance*, mas um ator-*performer* que conduz as encenações televisuais e suas multiplicidades para outras mídias no tecido cultural-midiático, pois ultrapassa os âmbitos da ficção, atingindo outras realidades.

O universo das linguagens artísticas entra neste estudo como ferramenta de averiguação e de incorporação nas intersemioses que sustentam os intercâmbios entre linguagens e códigos nas construções desses *performers* midiáticos. Ao mesmo tempo, comprovando que os fenômenos surgidos nas artes são reutilizados de forma reciclada e recodificada pelas mídias contemporâneas.

Para a investigação desse fenômeno comunicativo, centro-me, inicialmente, no âmbito da semiótica da cultura russa, do ponto de vista de uma semiótica sistêmica, que me ajuda a averiguar esses trânsitos entre sistemas de várias linguagens. O *performer* é visto como produção hibridizada pelos sistemas de linguagens artísticas e midiáticas. É modelado pelas passagens, intersecções, encadeamentos e traduções entre esses sistemas no espaço cultural-midiático.

2. ALGUNS EXEMPLOS RESSALTADOS PELAS PRÓPRIAS MÍDIAS

Rapidamente, exponho alguns fragmentos selecionados da mídia impressa que comprovam o caráter de *performer* no atuante televisual, no caso.

TV não requer prática, tampouco habilidade: canais abertos e pagos têm apresentadores sem afinidade com os assuntos abordados, às vezes, escolhidos pelo sucesso obtido em outras áreas².

Na mesma matéria, é colocado um quadro, fazendo a relação entre vinte e dois *performers* clássicos, habituais e novatos. Cada um deles é apresentado por um perfil característico que compõe sua personagem nas mídias. Reescrevo cinco deles:

Os clássicos

Xuxa – ex-modelo, ganhou o apelido de “rainha dos baixinhos” por causa de sua atuação no comando infantil Xou da Xuxa (anos 80/90); atualmente, apresenta o programa de auditório Planeta Xuxa, aos domingos, às 14h15, na Globo.

Os habituais

Adriane Galisteu – modelo, ficou conhecida após seu namoro com Ayrton Senna; apresenta é O Show, programa de auditório, de segunda a sexta, às 21h40, na Record.

Luciana Gimenez – modelo, virou celebridade após ter um filho do líder dos Rolling Stones, Mick Jagger; apresenta o Superpop, programa de auditório, de segunda a sexta, às 21h45, na Rede TV.

Os novatos

Fernanda Lima – modelo, apresenta o programa de encontros Fica Comigo, segundas, às 22h, na MTV.

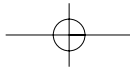
Vera Loyola – dona de rede de padarias e emergente, estreou este ano uma atração própria de entrevistas, o Programa Vera Loyola, quintas, às 22h, no CNT.

Ana Maria Braga interpreta a si mesma em Estrela de Fogo³

Pode-se perceber que esses atuantes carregam para a TV habilidades que os caracterizam como pessoas, fazendo delas um chamariz para a apresentação de um programa, personificando sua performance televisual.

² – Título da matéria jornalística do *TVfolha*, escrita por Rodrigo Dionísio em 15 jul. 2001.

³ – Título da matéria jornalística do *TVfolha*, da Reportagem Local em 5 jul. 1998. A apresentadora de um programa feminino participava, como a própria, de uma telenovela, fazendo-se “atriz” momentaneamente.



3. POSSÍVEIS INTERSEMIOSES DO ATOR-PERFORMER

A semiótica, no seu caráter sistêmico, como ciência mapeadora para o estudo dos fenômenos da cultura, permite-me investigar o *performer* nessa complexa rede de relações gerada pelas mídias no espaço cultural-midiático, caracterizado por um dinamismo de incansáveis trânsitos.

As mídias podem ser vistas como sistemas de signos em constante expansão, contribuindo para a formação permanente do grande texto da cultura, que se constitui da semiodiversidade de códigos, meios e mediações. O espaço cultural-midiático funciona como malha tecida pela semiosfera (LOTMAN, 2000) nessa relação entre mídias, agentes, mediadores, atuantes e receptores.

Numa primeira observação, percebe-se que as mídias alimentam-se de mecanismos surgidos nos processos de exploração dos textos culturais e movimentos artísticos para a construção de seus textos de atuação, como a *Performance Art* e a *Pop Art*, por exemplo. Desta última, pode-se pensar no *performer* midiático contemporâneo, como expressão de manifestação estética da mídia e como consequência de uma sociedade que consome, exacerbadamente, essas manifestações midiáticas. Já que esse movimento artístico questiona o valor de arte e sua popularização no universo de consumo da cultura de massa, apropriando-se de tais imagens.

O atuante midiático expõe-se por ele mesmo e é visto nos processos de recepção por uma característica de *voyeurismo*. Por exemplo, os *reality-shows*, expostos nas encenações televisuais. Não são uma novidade de contemporaneidade, mas uma ação surgida com os movimentos da *Performance Art* entre os anos 50 e 60. Alguns *performers* expunham uma “forma de viver” publicamente em espaços ambientados.

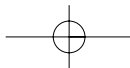
Outro aspecto, que confere a produção das mídias, é sua característica de intercomplementaridade (SANTAELLA, 1996, p. 35). Um mesmo *performer* que surge no espaço televisual pode ser visto numa mídia impressa, como a publicidade, ou numa mídia on-line, como manchete de notícia numa *home-page*. Isso completa e reforça sua atuação como objeto de aparição instantânea, comprovando o efêmero e o reciclável daquilo que é midiático.

Outra característica conceitual da semiótica da cultura russa, que atua como resultado de uma complexa semiose entre diversos códigos, linguagens e mediações, é a modelização (LOTMAN e colaboradores, 1981, p. 39), conferindo estruturalidade a sistemas que não possuem gramática própria para seu funcionamento (MACHADO, 2003, p. 163). O resultado disso é um atuante modelizado por essas mídias como recodificação dos processos comunicativos entre elas – o *performer*. Com isso, as malhas tecidas nessas relações entre mídias são completamente efêmeras, reconstrutíveis, recicláveis e recriadas, pois o tempo para o processamento e apresentação da mensagem pelo *performer* é o “agora”, ou seja, sua “presentificação”.

Pode-se começar a traçar a compreensão dos mecanismos que constroem o *performer* midiático como recodificação de uma produção contextual entre mídias e cultura, ao retomar o diagrama de Jakobson (NÖTH, 1999, p. 103), nos princípios de um estruturalismo dinâmico. Ou melhor, numa sistematização que se recicla continuamente, dependendo dos aspectos contemporâneos vividos. Sob essa panorâmica jakobsoniana, o *performer* pode ser visto como resultado dos seis fatores que constituem os processos comunicativos, segundo ele: *emissor, mensagem, receptor, contexto, código e contato*.

Cada um desses fatores é dotado de uma complexidade sistêmica, pois as esferas das mídias dialogam com os mais diversos campos de comunicação para a produção de seus textos. O que se pode comprovar, também por Jakobson, em seus estudos interdisciplinares (NÖTH, 1999, p. 99) da comunicação com outras ciências correlacionadas com os processos comunicativos. É impossível investigar um objeto de comunicação isoladamente. Por isso, para este estudo, estabeleço o diálogo com as seguintes linguagens e esferas, ou com um de seus aspectos, no intuito de investigar as intersemioses que constroem o ator-*performer*:

1. a estrutura e o funcionamento que compõe os aspectos da linguagem do ator;
2. o conceito de personagem por via do ator e da literatura;
3. os estudos de *performances* sob o ponto de vista artístico e comunicacional, tendo como foco a construção do *performer*;
4. a contemporaneidade da televisão, das mídias impressas e exterior, nos seus aspectos contextuais de gêneros jornalísticos, de entretenimentos, ficcionais e publicitários;
5. a *Pop Art* como possibilitadora às reflexões sobre os valores e produções entre arte e sociedade de consumo através das mídias.





As categorias de personagem e de *performer* contribuem no estudo desta investigação, porque, semioticamente, são dotadas de uma “gramática” de funcionamento para as suas produções. Isso pode colaborar para a compreensão das semioses que constroem o *performer* midiático.

A interpretação estaria num processo e num resultado diferenciados da performance. Ao trabalhar na tradução de *personas* ficcionais, exige-se do ator uma leitura e uma construção para a representação de outro que não é ele, ou seja, da personagem. Já o campo da performance desenvolve seu processo de construção a partir das habilidades do *performer* e, nesse caso, a pessoa não deixa de “ser” ela ao atuar. Encena a situação por ela mesma e não por meio de uma personagem.

O fato é que se teria um personagem ou um *performer* nas mídias? Como ação que envolve tempo e espaço de realização, diante da panorâmica das mídias que está sendo exposta, tende-se muito mais ao valor de *performer*. Mas isso não anula, completamente, o valor de personagem, no que diz respeito à visualidade desses *performers*, ou seja, como são compostos visualmente para serem expostos ou mostrados nas “vitrines” ou nos “palcos” midiáticos.

Bakhtin (1992) reflete sobre a personagem em *A forma espacial do herói*, de forma a repensar seu valor por meio de seus aspectos de configuração, que se expõem no espaço do receptor. Chama de o *outro* a personagem, como agente que o faz viver o mundo que lhe é “exterior”, mostrando-se como elemento pertencente a esse mundo por meio de uma composição plástico-pictural. É justamente essa característica visual que configura esses atuantes nas mídias que lhes asseguram certo valor de personagem por meio de suas ações performativas ou performáticas, ou seja, o receptor impactua-se da mensagem do *performer* por meio de sua configuração.

Apenas o outro pode, de maneira convincente, no plano estético (e ético), fazer-me viver o infinito humano, sua materialidade empírica. Num mundo que me é exterior, o outro se oferece por inteiro à minha visão, enquanto elemento constitutivo deste mundo [...]

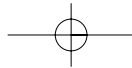
[...] no mundo exterior, o outro se mostra por inteiro à minha frente e minha visão pode esgotá-lo enquanto objeto entre os outros objetos, sem que nada venha ultrapassar o limite de sua configuração, venha romper sua unidade plástico-pictural, visível e tangível (BAKHTIN, 1997, p. 55)

O termo performance tem sido, basicamente, apropriado a dois contextos diferentes. O primeiro está relacionado às atuações radicais nas práticas da *Performance Art*, incluindo os movimentos *de body art*, o *happening*, a *live art* etc. O segundo está relacionado à performance como o próprio ato comunicacional na atuação. A origem da palavra é do latim: *per - formare* = realizar. O uso do termo parece vir de um francês antigo no século XVI: *parformance*, entrando, assim, para a língua inglesa e significando “execução, desempenho, preenchimento, realização, atuação, acompanhamento, ação, ato, explosão, capacidade ou habilidade” (GLUSBERG, 1987, p. 72-73).

Para Carlson (1996), o termo performance tem se tornado extremamente popular nos últimos tempos pela grande extensão nas atividades como as artes, literatura e ciências sociais. A performance resiste, por natureza, a definições, a fronteiras, a conclusões por atingir várias esferas. Poderia até ser considerada uma nova disciplina ou campo interdisciplinar, segundo ele. Nos recentes estudos, tem demonstrado utilidades de seu conceito às análises e compreensões de todas as espécies de operações humanas, que envolvem a condução do ato comunicacional por um *performer*.

Zumthor (2000) utiliza o conceito de performance para compreender mais sensivelmente os processos de recepção gerados pela literatura, poesia e poética. Em que o corpo, a voz e a presença tornam-se elementos fundamentais para tais recepções. “Deixa-nos a percepção de que o texto se tece na trama das relações humanas” (ZUMTHOR, em *Apresentação* por Jerusa Pires Ferreira). Ou seja, justamente, nas performances. Corpo, voz e presença tornam-se operadores imprescindíveis da performance no ato enunciativo, tal que suas regras regem simultaneamente o tempo, o lugar e a finalidade da transmissão. Implica competência, um *savoir-faire* (ZUMTHOR, 2000, p. 35), um saber dotado e comandado de uma presença e de uma conduta.

Sendo assim, para a reflexão deste estudo, reciclando os pensamentos de Zumthor, pode-se dizer que as mídias criam uma corporeidade por meio dos *performers*. Já que nos espaços midiáticos, caracterizados por sua virtualidade, perde-se a “tactilidade” (ZUMTHOR, 2000, p. 18), elemento fundamental para a efetivação das relações. É, justamente, o fato de a performance implicar fortemente a presença de um corpo que faz com que as mídias explorem e fabriquem, cada vez mais, a produção de *performers*.



Essa produção é dotada de grande variação, pois o diferencial está no ato performativo, mais exclusivamente, na maneira específica de como uma pessoa realiza e conduz suas atuações nas operacionalizações das produções comunicacionais.

O que, também, não se pode esquecer, é que a recepção de uma transmissão sempre requer “voz”, “gesto” e “cenário”. Portanto, o espaço também é programado visualmente nas mídias para a atuação desses *performers* – há uma semiotização do espaço midiático.

A televisão, por exemplo, ao utilizar-se de atos performativos, não trouxe um propósito de questionamento como o movimento da performance para as artes, mas uma preocupação em atingir grandes audiências. Utiliza-se da imagem de seus *performers*, do momento de evidência que eles possam estar nas mídias e das habilidades que lhes são inerentes.

4. CONCLUSÕES

Se o termo performance vem ganhando cada vez mais terreno, nas mais diversas áreas, é porque a importância de quem e de como realiza tais ações é grande para que esse ato efetive-se nos processos comunicativos. Aquilo que é de característica própria do *performer* é o que promove de fato a comunicação, pois ele executa sua atuação por meio de suas capacidades, habilidades e aparência.

Porém, essa espécie de construção do *performer* midiático não descarta as operacionalizações que constroem uma personagem, já que essa categoria pode configurar o atuante visualmente em sua composição física (cabelo, roupas, acessórios) e oral (jeito de falar, frases, expressões ou gestos que caracterizam-no). O fato é que, esses atuantes, ao desempenhar tais mensagens perante o público por eles mesmos, precisam ser reconhecidos imediatamente. A categoria personagem passa a ser um código de identificação rápida desse *performer* oferecido ao público, reforçando seu discurso visual no momento de sua performance.

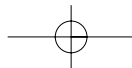
Sendo assim, as linguagens do ator e do *performer* não se desvinculam do atuante midiático completamente; pelo contrário, nessa modelização, sustentada por linguagens das artes e das mídias, surge o ator-*performer*. O atuante “brinca” de se mostrar, de aparecer, mas não estuda nem prepara um papel para representar como o ator tradicional, porém produz toda uma *mise-en scène* de preparação como o ator, atuando instantaneamente por ele mesmo como *performer*. Nisso não representa as mensagens das produções comunicativas, tampouco as apresenta, mas as “presentifica” (no tempo presente) por meio de seus atos num tempo que acontece no agora.

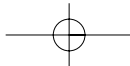
É, portanto, nesse cenário de eventos midiáticos que surge esse *performer*, produzido pelas próprias operações dos meios de comunicação, ou melhor, um atuante modelizado pelos processos de operacionalizações das mídias. A manipulação para a construção desse *performer*, por parte de outros agentes que promovem essa comunicação, é voltada ao interesse constante de atingir e conquistar o receptor, de forma que consuma imediatamente tais mensagens e sem distanciamentos para reflexões de como as recebe. Nesse sentido, os agentes que operam os processos comunicativos das mídias vão à busca de uma encenação que prenda a atenção do público. Assim, precisam de uma espécie de “ator” – um *star system* – para a corporificação dos objetivos de suas mensagens.

Para a escolha de quem possa conduzir tais performances nas mídias, todas as testagens para tipos de atuantes são válidas, em função de qual deles vai mais agradar o público – de qual *performer* vai cair nas graças do povo. Assim, qualquer pessoa que acene um estado de evidência e de fama nas mídias é válida para se tornar um “ator”.

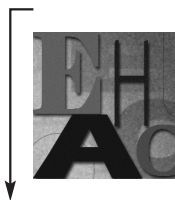
REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- CARLSON, Marvin. *Performance critical*. Londres, Nova York: Routledge, 1996.
- COHEN, Renato. *Performance como linguagem*. São Paulo: Perspectiva, 1989.
- GLUSBERG, Jorge. *A arte da performance*. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- LOTMAN, Iuri et al. *Ensaio de semiótica soviética*. Lisboa: Livros Horizonte, 1981.
- _____. *Universe of the mind: a semiotic theory of culture*. Great Britain: Indiana University Press/Bloomington, Indianapolis, 2000.





Construção de performers nas mídias
Regiane Caminni Pereira da Silva



MACHADO, Irene. *Escola de semiótica: a experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

NÖTH, Winfried. *A semiótica no século XX*. 2. ed. São Paulo: Annablume, 1999.

SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1996.

ZUMTHOR, Paul. *Performance, recepção, leitura*. São Paulo: Educ, 2000.

