

Reality Show: Faça furor, vá brincar no exterior!

Brincar no exterior está na moda. Para o efeito pouco importa a geração, a necessidade ou mesmo a maneira diferenciada de expressão.

Diz-se que as pessoas estão cada vez mais a sair do seu "mundo interior", onde não existe risco, ou onde tudo está controlado para se aventurarem em novas práticas e novos comportamentos.

Por exemplo, os jovens cada vez mais *junkies* de adrenalina praticam, de preferência individualmente, um conjunto multivariado de actividades que servem essencialmente para se exaltarem e impressionar os outros. Por seu lado, os adultos são atraídos pelas provas de aventura, que exigem uma considerável preparação, desde a formação de equipas à compra de equipamentos, através das quais podem viver várias experiências através das quais procuram encontrar respostas para os seus questionamentos existenciais.

Para completar o quadro falta os mass media, com a televisão à cabeça, que desde os meados dos anos 1990, isto é, no início da vaga internacional das emissões de tipo *reality show*, como o *Survivor* ou o *Big-Brother*, dá cobertura a todo um conjunto de eventos, em que a cadeia televisiva Discovery Channel com a prova *Ecochallenge* foi a iniciadora.

Este enorme frenesi pessoal e colectivo, que motiva imensos participantes e muito mais mirões, tem um impacto imensurável sobre os telespectadores, tanto mais que o que nos é oferecido, é a alteração da nossa percepção da realidade. Os mass media especializados neste tipo de programas, deformam e transformam a realidade. Enquanto filtro que é, e que impede uma comunicação equilibrada com o mundo, o media visual selecciona, trata, controla.

Assim é, quer se trate da avó de 64 anos, que acabou de fazer a sua última plástica para não perder o ar da juventude, do ex-alcóico que quer terminar a sua corrida para exorcizar os seus velhos demónios, ou da mulher que venceu um cancro da mama, tudo se torna em espectáculo, todos eles, à sua maneira, são exploradores do tempo (pós) moderno, todos eles são heróis que querem viver uma loucura de sensações, de preferência em directo diante das câmaras televisivas.

A célebre frase de Andy Warhol, dizendo que todo o ser humano quer ter os seus quinze minutos de celebridade é o lema que move os media a procurar junto de todos os estratos sociais os ingredientes duma receita que possa ser mediatizada enquanto história.

Mas o que é que mais nos espera ainda? O que é que nos vai ainda mais ser oferecido?

Sem dúvida que mais e mais "criadores", mais e mais "formatos". Depois do sucesso dos vários *reality show* em todas as sociedades "democraticamente avançadas", não é de nos surpreendermos que o número de emissões de aventura e furor possam vir a aumentar em flecha nos próximos tempos..

Consta que Mark Burnett (organizador do *Ecochallenge* e produtor de *Survivor*) está em vias de por em acção uma emissão televisiva em colaboração com a NASA onde se comemnta que o vencedor poderá, quem sabe, ir fazer uma volta no espaço.

Do lado da aventura desportiva, também se anuncia uma nova prática que poderá fazer furor. Trata-se do *speed golf*, que se pratica como o golf regular, com a diferença que quem praticar esta modalidade deve completar o percurso a correr o mais rapidamente possível. Não é descabido perguntar: por este andar os reformados do futuro optarão pelo golf ou pelo *speed golf* ?

Enfim, media e actividades de aventura a mesma luta !

No entanto, a situação degenera, em especial na Europa, de mês para mês e a corrupção generalizada das consciências levada a cabo especialmente pelos media audiovisuais, essa não deixa de aumentar. Até quando ?