

ARAÚJO, Rafael Fonseca de. "What the hell are you talking about?": variação lexical em reality tv shows norte-americanos. *Revista Intercâmbio*, v.LI: 82-107, 2022. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759X

<https://doi.org/10.23925/2237.759X.2022V51.e58359>

"WHAT THE HELL ARE YOU TALKING ABOUT?": VARIAÇÃO LEXICAL EM REALITY TV SHOWS NORTE-AMERICANOS

"WHAT THE HELL ARE YOU TALKING ABOUT?": LEXICAL VARIATION IN AMERICAN REALITY TV SHOWS

Rafael FONSECA DE ARAÚJO
(Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP/LAEL
Universidade Metropolitana de Santos – UNIMES)
prof.rafael_araujo@hotmail.com

RESUMO: Ao longo das duas últimas décadas o *Reality TV* obteve enorme sucesso comercial e de audiência, o que tem motivado estudos em diferentes áreas acadêmicas. O propósito deste estudo é identificar dimensões de variação lexical (BERBER SARDINHA, 2014b) dos *Reality TV shows* Norte-americanos. O *corpus* do estudo – uma amostra extraída do *Corpus of American Reality TV shows*, composta por 260 textos de 13 tipos diferentes, totalizando mais de dois milhões de palavras – foi etiquetado com o *TreeTagger* e a Análise Multidimensional Lexical (BERBER SARDINHA, 2019) foi empregada identificando sete dimensões de variação lexicais compreendendo os principais tópicos/discursos desse registro.

PALAVRAS-CHAVE: Análise Multidimensional; Dimensões lexicais; Linguística de *Corpus*; *Reality TV*.

ABSTRACT: Throughout the last two decades Reality TV has had huge commercial and audience success, which has led to the study of different academic fields. The purpose of this research is to identify the lexical dimensions of variation (BERBER SARDINHA, 2014b) in American Reality TV shows. The corpus of the study – a dataset from Corpus of American Reality TV shows, made of 260 texts from 13 different types, totaling more the two million words – was tagged with the TreeTagger and the Lexical Multi-dimensional Analysis (BERBER SARDINHA, 2019) was carried out identifying seven dimensions of lexical variation comprising the main topics/discourses of this register.

KEYWORDS: Multidimensional Analysis; Lexical Dimensions; Corpus Linguistics; Reality TV.

1. Introdução

Quando programas de televisão explorando emergências médicas e operações policiais surgiram no fim dos anos 1980, o termo Reality TV estava associado a programas com um formato e técnicas de documentário que registrava o cotidiano de pessoas comuns.

O termo Reality TV ainda não estava amplamente estabelecido no léxicon da televisão, até que entre o fim anos 1990 e início dos anos 2000 começaram a surgir programas que exploravam jogos de competição com uma convivência forçada sob a vigilância de diversas câmeras, com grande apelo comercial e sucesso de audiência tal como *Big Brother* e *Survivor*.

Os *Reality TV shows* podem, portanto, ser definidos como programas de televisão com atores não profissionais observados por câmeras em ambientes pré-configurados, geralmente com nenhum roteiro prévio. Inicialmente criticados por ser uma forma 'descaradamente comercial' que mistura tradições do documentário com propósitos de entretenimento populista (MURRAY & QUELLETTE, 2004), o *Reality TV show* passou do status de mera programação barata para o de programas de grande audiência após o episódio final de *Survivor* se tornar um marco na televisão norte-americana em agosto de 2000, com mais expectadores do que qualquer evento televisivo daquele verão, alcançando 51.7 milhões de pessoas, de acordo com Nielsen ratings¹.

As emissoras de televisão começaram a produzir vários programas para tentar repetir o feito e franquias famosas de *Reality TV shows* tais como *American Idol* ou *Dancing with the Stars* emergiram e começaram a ser assistidas por milhares de telespectadores, batendo recordes de audiência.

Kavka (2012) afirma que o Reality TV transformou a programação televisiva, criando uma indústria de celebridades a seu próprio favor e tornando os telespectadores em aspirantes a participantes na mecânica da produção da televisão.

Em apenas duas décadas, vimos o surgimento de uma grande variedade de programas rotulados como Reality TV shows. Desde o registro do cotidiano de pessoas comuns ou celebridades em jogos de competição e convivência no início dos anos 2000 a experimentos sociais no fim dos anos 2010, os produtores de Reality TV pareciam ter descoberto uma nova receita de sucesso comercial para entreter a audiência da televisão contemporânea na era da Internet.

Entretanto, essa variedade de programas rotulados como Reality TV shows não parece seguir sempre o mesmo padrão. Alguns deles apresentam características situacionais fundamentais, tais como a

¹ **Nielsen Ratings** é o sistema de medição de audiência desenvolvido pelo *Nielsen Media Research* para determinar o tamanho da audiência e composição de programas televisivos. Seus serviços são oferecidos em mais de 40 países.

participação de não atores em ambientes pré-configurados, enquanto outros possuem elementos únicos, tais como um assunto específico e forma interação entre os participantes com regras diferentes. Consequentemente, pode-se afirmar que os textos transcritos/editados que estes programas têm produzido são igualmente diversos.

Se as características situacionais podem ter um impacto significativo na variação linguística em produções textuais e os Reality TV shows tem se desenvolvido com uma ampla variedade de elementos contextuais (tópicos, cenários e interação entre participantes), então uma investigação da linguagem verbal desse tipo de programa de televisão pode identificar padrões de variação linguística característicos dos Reality TV shows que, por sua vez, podem revelar a existência de múltiplos discursos.

Os Reality TV shows têm atraído um considerável número de estudos em diversos campos acadêmicos. Algumas áreas de estudo têm focado nas associações entre televisão e documentário (BIRESSI & NUNN, 2005) e o hibridismo de formatos de programas de televisão ficcional e factual (KILBORN, 1994; NICHOLS 1994; BONDEBJERG, 1996), a interseção da vida cotidiana de pessoas comuns e a representação social de identidade – gênero, sexualidade, classe, etnia e raça (FRIEDMAN, 2002; CUMMINGS, 2002) entre outros.

Há alguns estudos pioneiros sobre Reality TV shows, tais como Hill (2005) sobre diferentes formatos desses programas, Jermyn (2007) sobre programas que relatam e reconstituem crimes, Quелlette (2010, 2013 e 2014) que investigam os principais elementos e história do Reality TV, bem como Kavka (2012) e Edwards (2013) que exploram os impactos do Reality TV na programação e produção da televisão moderna.

Na Linguística de Corpus, há alguns estudos que exploram a linguagem verbal da televisão e ainda que haja dois estudos que investigaram a linguagem verbal dos Reality TV em uma perspectiva multidimensional (FONSECA DE ARAÚJO, 2017; BERBER SARDINHA & VEIRANO PINTO, 2019), nenhum dedicou-se a identificação de padrões de variação lexical dos Reality TV shows norte-americanos.

A conversação que ouvimos em programas de televisão geralmente soa bem natural. Tem-se a impressão de que o participante desses programas fala do mesmo modo que seus telespectadores. Porém, quais devem ser os assuntos mais recorrentes presentes nessas conversas? O léxico é capaz de refletir os principais temas com os quais os programas lidam? Até que ponto as características situacionais têm impacto na variação lexical da linguagem verbal desses programas?

Acredita-se, aqui, que o tópico de um texto exerça uma força gravitacional na variação lexical, atraindo de forma sistemática certas palavras em detrimento de outras. E, dessa forma, a constante coocorrência de tais palavras pode indicar um padrão de variação

revelando campos lexicais/semânticos, que podem ser interpretados em termos de dimensões de variação lexical.

Portanto, o objetivo do presente estudo é revelar dimensões de variação lexical, isto é, conjunto de palavras correlacionadas que são interpretadas por campos lexicais e que indicam os tópicos mais salientes de um *corpus* (BERBER SARDINHA, 2019).

As dimensões de variação lexical foram inicialmente identificadas por Berber Sardinha (2014b). O estudo pioneiro foi baseado nos pressupostos da Análise Multidimensional (AMD) desenvolvida por Biber (1988 et. seq.). Dimensões lexicais foram identificadas previamente (BERBER SARDINHA, 2014a; 2014b; 2017; 2019; 2020; DELFINO et al., 2018; FONSECA DE ARAÚJO et. al., 2018).

Uma vez que ainda não há estudos sobre dimensões lexicais que investigam o discurso oral da televisão, e mais especificamente sobre Reality TV shows norte-americanos, o presente estudo pretende, além de investigar os assuntos mais recorrentes na linguagem verbal por meio da investigação do léxico (apenas palavras de conteúdo), pretende também verificar se há variação temática significativa entre os mais diferentes tipos do Reality TV.

2. Fundamentação teórica e descrição do corpus

2.1. A Análise Multidimensional

Desenvolvida por Douglas Biber (1988), a Análise Multidimensional (AMD) faz uso de técnicas quantitativas para identificar grupos de características que coocorrem de forma sistemática em textos. Posteriormente, esses agrupamentos são interpretados qualitativamente em termos funcionais (propósitos comunicativos). A AMD baseia-se na suposição de que a forte coocorrência de padrões linguísticos marca dimensões funcionais que subjazem aos textos (BIBER, 1988).

Dimensão e Registro são os conceitos centrais da AMD. As dimensões de variação são escalas que representam parâmetros funcionais de variação formadas por padrões de coocorrência de elementos lexicogramaticais (BIBER 1988, 2009). Como por exemplo, a dimensão de variação da língua portuguesa "Produção com envolvimento versus produção com foco informacional" (BERBER SARDINHA, KAUFFMANN & ACUNZO, 2014), que apresenta as características linguísticas de textos marcados por envolvimento interativos ou por densidade informacional. Todos os textos possuem características de envolvimento e informatividade, no entanto, textos informativos tendem a ser menos envolvidos e vice-versa.

Na Linguística de Corpus, em uma perspectiva do registro, o termo texto se refere à linguagem natural usada para a comunicação, realizada tanto de forma oral como de forma escrita (BIBER e CONRAD, 2009). Registro, por sua vez, refere-se a qualquer variedade associada

com contextos situacionais e propósitos específicos (BIBER, 1995). Tradicionalmente na AMD é feito o estudo de características gramaticais e a interpretação é funcional (propósitos comunicativos).

Contudo, neste estudo, a AMD é aplicada de uma forma inovadora. A abordagem introduzida por Biber (1988) em seu estudo seminal sobre variação de registros da língua inglesa é adaptada para a investigação de temas/discursos subjacentes ao léxico.

A primeira adaptação da abordagem tradicional da AMD para a investigação de cunho lexical foi feita por Berber Sardinha (2014b) e disseminada em estudos variados desenvolvidos pelo GELC – Grupo de Estudos em Linguística de *Corpus* – na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

O método estatístico aplicado nesta análise é baseado nos princípios da análise multidimensional que por meio de uma análise fatorial é capaz de selecionar os grupos de palavras coocorrentes mais frequentes que são capazes de revelar os temas mais latentes tratados em um determinado *corpus*, neste caso, os textos dos programas de Reality TV shows norte-americanos.

Esses agrupamentos lexicais constituem fatores que são posteriormente interpretados em termos de dimensões de variação, por meio da análise qualitativa dos dados, ou seja, leitura de trechos dos textos que compõem o *corpus*, para confirmar os tópicos e/ou discursos latentes a esses grupos de palavras. As dimensões de variação são formadas por grupos de unidades lexicais que são interpretadas em termos de campos lexicais que indicam os principais tópicos e/ou discursos presentes na linguagem verbal dos Reality TV shows.

Biber e Conrad (2009 p. 46) afirmam que as diferenças temáticas não são influenciadas por diferenças gramaticais. Ao contrário, as características gramaticais pervasivas de um registro são determinadas na maioria das vezes pelo contexto físico e pelos propósitos comunicativos. Segundo os autores (2009) o tópico é o fator situacional mais importante do registro, ele é capaz de influenciar a escolha lexical, uma vez que as palavras selecionadas para serem usadas em um texto, em sua grande maioria, são determinadas de acordo com o tópico do texto.

Há alguns trabalhos que se ocuparam de desvelar dimensões lexicais. Berber Sardinha (2014b) identificou representações culturais de dois países, Brasil e Estados Unidos, por meio do uso das palavras *Brazilian* e *American* no corpus formado por bigramas a partir de livros do *Google Books*. Outro estudo é o de Berber Sardinha et al. (2014), que identificou 8 (oito) dimensões de colocação das palavras mais frequentes do *Corpus* Brasileiro, um *corpus* composto de 48 registros e 1 bilhão de palavras.

Há ainda o estudo de Delfino et al. (2018) que trata das dimensões temáticas da Revista Brasileira de Linguística e de Fonseca de Araújo et al. (2018) que identificou as principais representações

sociais sobre Norte-americanos, Latino-americanos, Centro-americanos e Sul-americanos por meio de trigramas no *Google Books*.

2.2. CARTS: Corpus de *American Reality TV shows*

Originalmente, o CARTS – *Corpus of American Reality TV shows* (FONSECA DE ARAÚJO, 2017) – possui um total de 780 textos separados em treze (13) tipos compostos por transcrições extraídas de trinta e nove (39) programas de TV (vide tabela 1) totalizando mais de 6 milhões de palavras. O corpus é organizado por 4 categorias principais (Documentário; Competição; Talento e Profissão; e Transformação) e por treze categorias (ver tabela 1) que levam em consideração os elementos centrais no formato e propósito dos programas com base na estrutura modelar para descrição das características situacionais (não linguísticas) para registro propostas por Biber e Conrad (2009).

Contudo, o *corpus* usado no presente estudo é uma amostra extraída do CARTS, *correspondente a 1/3 do corpus original*. Ou seja, a amostra é composta por 260 textos de treze tipos distintos do registro *Reality TV show*, extraídos de 26 programas, totalizando mais de dois milhões de palavras e foi compilado a partir da seleção de 20 textos de cada um dos tipos de *Reality TV shows*, para cada tipo foi selecionado dois programas diferentes (vide tabela 1 a seguir).

Tabela 1 – Composição do *corpus* do estudo

CARTS - CORPUS OF AMERICAN REALITY TV SHOWS (amostra)			
REGISTRO	EXEMPLO DE PROGRAMA	TEXTOS	PALAVRAS
<i>Business</i>	<i>Shark Tank</i>	20	150.762
<i>Celebrity</i>	<i>Dancing with the Stars</i>	20	205.899
<i>Cooking</i>	<i>Master Chef, Hell's kitchen</i>	20	132.616
<i>Dating</i>	<i>The bachelorette</i>	20	284.659
<i>Docusoap</i>	<i>The Real Housewives of NYC</i>	20	161.819
<i>Expert Guidance</i>	<i>SuperNanny US</i>	20	121.105
<i>Fashion</i>	<i>America's Next Top Model</i>	20	174.321
<i>Gamedoc</i>	<i>Big Brother US</i>	20	127.726
<i>Hidden Camera</i>	<i>Betty White's Off the Rock</i>	20	64.003
<i>Performing</i>	<i>American Idol</i>	20	150.833
<i>Reality Sitcom</i>	<i>Keeping Up with The Kardashians</i>	20	139.580

<i>Self Improvement</i>	<i>The Biggest Loser</i>	20	202.426
<i>Social Experience</i>	<i>Naked and Afraid</i>	20	138.448
13 registros	26 programas	260	2.054.197

Fonte: Elaborado pelo autor

A justificativa para esse recorte deve-se ao interesse de investigar apenas os temas mais recorrentes nos programas e acreditamos que um recorte desse porte já é suficiente para responder as perguntas de pesquisa.

3. Metodologia

A Análise Multidimensional (BIBER, 1988 *et. seq.*), base metodológica desse estudo, é uma abordagem que permite a descrição de variações sistemáticas na língua em diversos registros, por meio da identificação e interpretação de características linguísticas coocorrentes. Essa interpretação é capaz de identificar as dimensões de variação (BIBER, 1988, 2009) que aqui são de base lexical (BERBER SARDINHA 2014b).

Neste estudo, as dimensões lexicais são formadas por agrupamentos de palavras de conteúdo coocorrentes mais saliente no *corpus*. Como um levantamento das dimensões lexicais a respeito da linguagem da televisão ainda não foi realizado, a pesquisa descrita aqui pretende preencher essa lacuna e desvelar os discursos mais latentes presentes nos *Reality TV shows* norte-americanos.

O levantamento das dimensões foi realizado por meio das seguintes etapas:

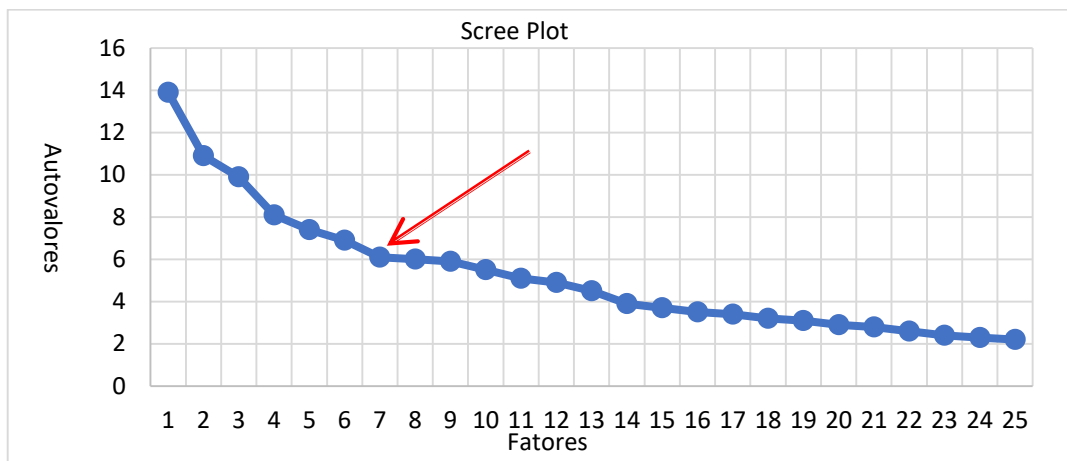
1. A amostra do CARTS apresentada na Tabela 2 foi etiquetada com o *TreeTagger*² e posteriormente, a amostra foi preparada por meio de um *script* especialmente desenvolvido para esta pesquisa;
2. O léxico foi identificado deste modo: para cada uma das 13 categorias de Reality TV show foram selecionadas as 500 palavras mais frequentes, normalizadas para uma razão de mil ocorrências em relação ao total de palavras da categoria. As listas foram então combinadas e retiradas as 500 palavras mais frequentes de todos os tipos de programas. Mais especificamente, o procedimento é executado como detalhado a seguir: a) a primeira etapa: para cada texto, foram retiradas as palavras da *stoplist*, ou seja, as palavras indesejadas (palavras

² Etiquetador gramatical e lematizador de textos desenvolvido por Helmut Schmid no Instituto de Linguística Computacional da Universidade de Stuttgart.

gramaticais ou não pertinentes ao estudo: preposições, artigos, conjunções etc.), então as frequências foram normalizadas por mil, foram escolhidas as 500 palavras mais frequentes e cada lista foi salva como uma lista de frequências normalizada limpas de cada texto; b) a segunda etapa: essa etapa lida com a extração das palavras-chave. Uma palavra-chave é aquela que tem uma frequência estatística mais alta do que as outras palavras que ocorrem no texto. Ela só é considerada uma palavra-chave quando a frequência dela no *corpus* for maior do que no *corpus* de referência. Neste caso, a lista das palavras de um tipo de registro como por exemplo *celebrity* é comparada com as palavras-chave de uma lista que inclui todos os outros registros menos o *celebrity*; c) terceira etapa: para cada um dos 13 tipos de Reality TV show foram criados cinco arquivos. Vamos considerar o registro de competição com celebridades que chamamos de *celebrity* como um exemplo: o primeiro arquivo criado pelo *script* é o **celebrity.counts** composto por uma lista das 500 palavras mais frequentes desse tipo de programa já normalizadas. O segundo arquivo é o **celebrity.counts.sorted** que abrange a mesma lista normalizada, porém já sem as palavras indesejadas (nomes próprios dos participantes dos programas, expressões típicas do discurso oral como *humm*, *mmm*, *yeah*, *ohhh*, *ahhhh* e ainda as expressões com apóstrofos como *you've*, *don't*, *that's* etc.) e então cada lista foi salva como uma lista de frequência normalizada final do corpus; d) quarta etapa: a terceira lista é a **celebrity_jlist** que trata da razão da frequência de cada uma das palavras dentro de um dos 13 tipos de Reality TV show em comparação com a razão da frequência da mesma palavra no corpus total. O quarto arquivo das palavras-chave, o **celebrity.keyword_analysis** identifica as candidatas à palavras-chave e o quinto arquivo é a lista que chamamos de **celebrity.keyword_positive25** que traz as palavras-chave do registro. Por fim, gerou-se uma planilha com as variáveis e suas respectivas frequências normalizadas;

3. A análise fatorial foi realizada no SPSS 21 para Mac. A extração inicial foi realizada com o método Principal Axis Factoring (PAF). A primeira extração fatorial identificou a existência de 7 fatores, conforme mostra o gráfico da Figura 1.

Figura 1 – Gráfico de sedimentação com 7 fatores latentes



Fonte: Elaborado pelo autor

4. Na tabela 2 encontram-se os percentuais de variação de cada fator. As colunas 2 e 3 mostram total de variação que é explicado em cada fator. A quantidade de variação compartilhada pelos 7 fatores é de 31,7% da variação encontrada no estudo. A dimensão 1 comporta 7,1% de toda a variação que existe no corpus, enquanto a dimensão 2 comporta o montante de 5,6%, a dimensão 3 apresenta 4,9% de toda a variação, a dimensão 4 comporta 4,1% da variação, a dimensão 5 comporta 3,7%, 6 comporta 3,4% da variação total cada uma, a sétima e última dimensão comporta 2,9% da variação;

Tabela 2 - Quantidade de variação compartilhada

Eigenvalues			
Fator	Total	Quantidade de variação compartilhada %	Quantidade de variação cumulativa %
1	13,925	7,447	7,447
2	10,969	5,866	13,313
3	9,947	5,319	18,632
4	8,142	4,354	22,986
5	7,422	3,969	26,955
6	6,889	3,684	30,639
7	6,064	3,243	33,882

Fonte: Elaborado pelo autor

5. Aplicamos o ponto de corte de peso de 0,3 nas variáveis de cada fator. O peso é um coeficiente de correlação e aponta o quanto

os fatores representam as variáveis (vide tabela 3 a seguir);

Tabela 3 - Pesos das Variáveis

Fatores	Peso das variáveis
FATOR 1 (7,14%)	+ <i>kitchen (.918), chef (.916), service (.863), blue (.831), minutes (.713), cook (.632), red (.632), two (.627), please (.563), dish (.548), go (.518), come (.500), (team (507)), free (.510), ready (.481), three (.471), one (.467), now (.418), first (.383), (challenge, (.365)), done (.336)</i>
	- <i>thought (-.335), things (-.319), say (-312)</i>
FATOR 2 (5,60%)	+ <i>offer (.993), sales (.837), deal (.836), market (.824), sharks (.798), sell (.786), business (.772), product (.758), million (.666), company (.617), money (.576), price (.524), year (.411), actually (.394), apartment (.380), only (.313)</i>
	- <i>going (-.609)</i>
FATOR 3 (4,97%)	+ <i>runway (.692), fashion (.643), looks (.639), dress (.612), think (.589), model (.578), challenge (.556), top (.539), beautiful (.535), really (.526), look (.496), photo (.432), kind (0.392), bit (.383), something (.340), project (.313), hair (.303), (well (.303))</i>
	- <i>right (-.444), stop (-.369), let (-.347), man (-.347), here (-.344), sir (.336), car (-.302)</i>
FATOR 4 (4,05%)	+ <i>then (.368), (kind (.364)), (looks (.305)), (so (.358))</i>
	- <i>dancing (-.861), dance (-.811), stars (-.729), welcome (-.729), show (-.711), last (-.644), night (-.545), best (-.540), tonight (-.508), (week (-.419)), find (-410), (ever (-.326)), great (-.311), (top (-.306))</i>
FATOR 5 (3,66%)	+ <i>Much (0.442), thank (.423), well (.389), so (.348), today (.308), years (306)</i>
	- <i>game (-.798), brother (-.668), veto (-631), players (-.630), vote (-.630), win (-.589), head (-.584), big (.528), if (0.490), coach (-0.463), (week -.348)), person (-.330)</i>
FATOR 6 (3,38%)	+ <i>pounds (-.888), weigh (-.870), weight (.862), lost (.818), biggest (.675), black (.665), team (.542), hard (.455), week (.446), home (.342), (life (.352)), (job (.321))</i>
FATOR 7 (2,89%)	+ <i>Know (.583), feel (.528), love (.516), rose (.512), girl(.494), date (.454), mean (.446), talk (.421), life (.412), just (.412), (so (0.329)), wanna (.397), talking (.387), ever (.359), friends (.348), never (.346), god (.340), even (.335), guy (.328), real (.322), meet (.316), fun (.315), bye (.306)</i>
	- <i>Job (-.394), working (-.365), work (-.343), project (-.338), manager (-.326), take (-.316), task (-.314)</i>

Fonte: Elaborado pelo autor

6. Na tabela 3 pode-se verificar os pesos (correlações) positivos e negativos de cada variável nos fatores. Nesse estudo, algumas variáveis carregaram em mais de um fator. Geralmente, quando isso ocorre, considera-se essa variável somente no fator em que seu peso é maior. As variáveis com peso igual ou superior ao ponto de corte, mas que tiveram peso secundário, são identificadas no padrão fatorial por parênteses e foram mantidas na tabela durante a interpretação das dimensões. Um exemplo disso é a variável *team*. Ela ocorreu no fator 6 com o peso .542, porém também carregou no fator 1 com peso .507. Sendo assim, consideramos a unidade lexical como tendo ocorrido no fator 6, mas, para a interpretação não esquecemos dessa ocorrência no fator 1.

4. Dimensões lexicais temáticas

A análise fatorial identificou a existência de sete fatores formados pelo léxico coocorrente mais saliente no *corpus*. A interpretação desses fatores, em termos de dimensões lexicais, explorou os temas/discursos refletidos pelos campos semânticos formados por essa coocorrência lexical.

Tabela 4 - Dimensões lexicais dos Reality TV shows Norte-americanos

Dimensões de Variação Lexical dos Reality TV Shows	
DIMENSÃO 1	<i>Cooking Under Pressure</i>
DIMENSÃO 2	<i>Simulated Negotiation</i>
DIMENSÃO 3	<i>Fashion vs. Repression</i>
DIMENSÃO 4	<i>Performing Arts</i>
DIMENSÃO 5	<i>Gratitude vs. Competition</i>
DIMENSÃO 6	<i>Self-improvement</i>
DIMENSÃO 7	<i>Love vs. Work</i>

Fonte: Elaborado pelo autor

A tabela 4 apresenta os nomes das dimensões que resumem de forma geral os principais temas/discursos dos campos lexicais mais salientes com base no padrão fatorial apresentado na tabela 3, bem como na inspeção e análise minuciosa de alguns dos textos em que as variáveis aparecem com maior ocorrência.

4.1 Dimensão 1: *Cooking under Pressure*

Uma vez que consideramos que um polo significativo é formado por mais de três unidades lexicais, apenas três palavras, *thought* (-.335), *things* (-.319), *say* (-.312) carregaram no polo negativo, e, portanto, não vamos considerá-lo representativo para nossos dados estatísticos, porém podemos levar essas palavras em consideração durante a interpretação da dimensão. Portanto, a dimensão 1 é formada apenas por um polo positivo.

O léxico é composto por algumas palavras como *blue* (.831), *red* (.632) e *team* (.507) que no contexto dos *reality shows* referem-se às duas equipes que disputam a competição culinária no programa *Hell's Kitchen*, o time azul (*blue team*) e o time vermelho (*red team*), ambos trabalham em cozinhas que são caracterizadas pelas respectivas cores (*blue kitchen* e *red kitchen*). Sendo assim, é possível interpretar que essa dimensão aborda situações de disputas culinárias.

A dimensão 1 representa 7,14% da variação total dessa amostra do CARTS. O léxico dessa dimensão revela ainda que o tópico mais latentes desse conjunto de programas é a cozinha, com ênfase no processo culinário. Isso fica muito claro por causa da ocorrência de palavras como *kitchen* (.918), *chef* (.916) e *cook* (.632). Os diálogos aqui estão relacionados com o processo e as etapas do cozimento, expressas pelas unidades *first* (.383), *one* (.467), *two* (.627) e *three* (.471).

Outro aspecto importante da dimensão é o fato de lidar com o processo de cozimento durante uma competição onde os participantes precisam preparar os pratos, *dish* (.548) de maneira rápida, quebrando o desafio do tempo para deixar tudo pronto o quanto antes. O uso das palavras *done*, *ready* e *minute* são exemplos desse tipo de diálogo sobre competição culinária.

O exemplo 1.1 abaixo traz um trecho de um diálogo que pode exemplificar a questão do tópico culinário e revela um discurso do trabalho sob pressão para a realização das etapas das tarefas sob pressão característica da disputa e por isso a dimensão recebeu o nome de *Cooking Under Pressure* (Cozinhar sob pressão).

Exemplo 1.1: Cooking: **Hell's Kitchen S10e03**

But over on the **blue** side, nothing has left the **kitchen**. And it's all thanks to the man on salads.

- Royce!

- Yes, **chef**?

- Where's your Cobb salad?

- **One minute, chef.**

- Come on, Royce, pick it up, buddy. Let's get **one** out. Coming to the rescue, salads are finally leaving the **blue kitchen**.

- Cobb salad.

- Thank you. Keep pushing, keep pushing. Do not give up. Meanwhile, in the **red kitchen**...

Pode-se por assim dizer que os textos desses *Reality TV shows* distanciam-se de diálogos de programas culinários tradicionais, pois além de abordar os processos e etapas de cozimentos, exploram léxico que ressalta a disputa e pressão na execução e finalização das tarefas. Os textos do tipo *Cooking* (Disputa Culinária), *Hell's Kitchen* e *Master Chef*, obtiveram escores maiores na dimensão 1, conforme mostra a figura 2.

Figura 2 - Distribuição dos escores médios de fator da dimensão 1



Fonte: Elaborado pelo autor

A ANOVA identificou um $F=78.302$ com um valor de $p=0,000$, o que indica que há diferença estatística significativa entre os tipos de *Reality TV shows* que não ocorre de forma aleatória. O valor de R^2 foi .792, esse valor sugere que a variação lexical captada pelo fator pode ser explicada com 79,2% de chances de acerto quando se conhece as categorias dos *Reality TV shows*.

4.2 Dimensão 2: *Simulated Negotiation*

A dimensão 2 pode ser interpretada como a dimensão que trata dos negócios e do dinheiro, explorando a negociação em seus diálogos. As principais características lexicais dessa dimensão são palavras relacionadas ao mundo dos negócios e ao dinheiro.

O verbo *offer* (.993), que significa oferecer, foi a unidade lexical com maior peso. Como mostra o exemplo 2 a seguir, essa oferta está

relacionada com os valores monetários tratados em programa tal como *Shark Tank* que trata diretamente do tópico negócios.

Exemplo 2: Business - Shark Tank s05e16

- How much **money** would you want out of that \$1 **million**?
- I wouldn't want give away that much equity, so probably \$500,000 would be...
- Okay.
- So \$500,000 for 16.5%.
- So each of us would have 8.25% for 250K.
- It's a good **deal**. Let's do it. Come on. Close it.
- I think a better **deal** is I like my ...
- Do you want to hear another **offer**... wait.

Palavras como *offer* (.993), que significa oferta e *deal* (.836) que traz a ideia de negociar e fechar acordos, *million* (.666) e *money* (.576) são exemplos significativos de como o léxico pode revelar que os diálogos giram em torno de ofertas, propostas e negociação em *Reality TV shows* do tipo Business, o que pode ser observado na figura 3 a seguir que ilustra a distribuição dos textos por tipo de programa ao longo da escala da dimensão 2.

Figura 3 - Distribuição dos escores de fator da dimensão 2



Fonte: Elaborado pelo autor

O grupo lexical da dimensão 2 mostra ainda que na temática dos negócios e do dinheiro há uma questão argumentativa da negociação que lança mão de palavras como *actually* (.394) que significa verdadeiramente ou de *fato* e *only* (.313) que significa somente ou apenas ainda de palavras relacionadas com dinheiro, neste caso posses

e bens, como por exemplo *company*, *product* e *apartment*, destacando diálogos que se encaixam dentro do discurso de negociação.

A dimensão 2 corresponde a 5.60% da variação encontrada no *corpus*. O teste de análise de variância indica que a variação lexical encontrada pode ser explicada com 86.5% de chance de acerto quando se conhece o tipo de registro, uma vez que o valor de R^2 é de .865, neste caso, programas que exploram a negociação de valores e bens entre os participantes. O valor de p é igual a 0.000 o que indica que as diferenças estatísticas são significativas, ou seja, não se dão ao acaso.

4.3 Dimensão 3: *Fashion vs. Repression*

A dimensão 3 é formada por dois polos. O polo positivo trata das questões do mundo da moda e o polo negativo das perseguições policiais. As características temáticas do polo da moda são representadas por ocorrências de unidades lexicais como *runway* (.692), *fashion* (.643) e *looks* (.639) que indicam conversas sobre roupas da moda e aparência física. O exemplo 3.1 que aparece abaixo retrata o tema recorrente sobre a aparência física e o que a roupa pode fazer pelo visual e pelo modelito escolhido como mais relevante para o participante.

Exemplo 3.1: **Fashion - Project Runway S08e10**

- Your **model** is a very young girl, and she **looks** ancient. Mondo, your signature is **really** coming through. Congratulations, Mondo. You are the winner of this **challenge**.

[...]

- I wanted to create a **dress** that was more structured. My only concern, though, was that the **top** was looking a little '80s.

- Valerie is making a **dress** that just doesn't read **fashion** to me.

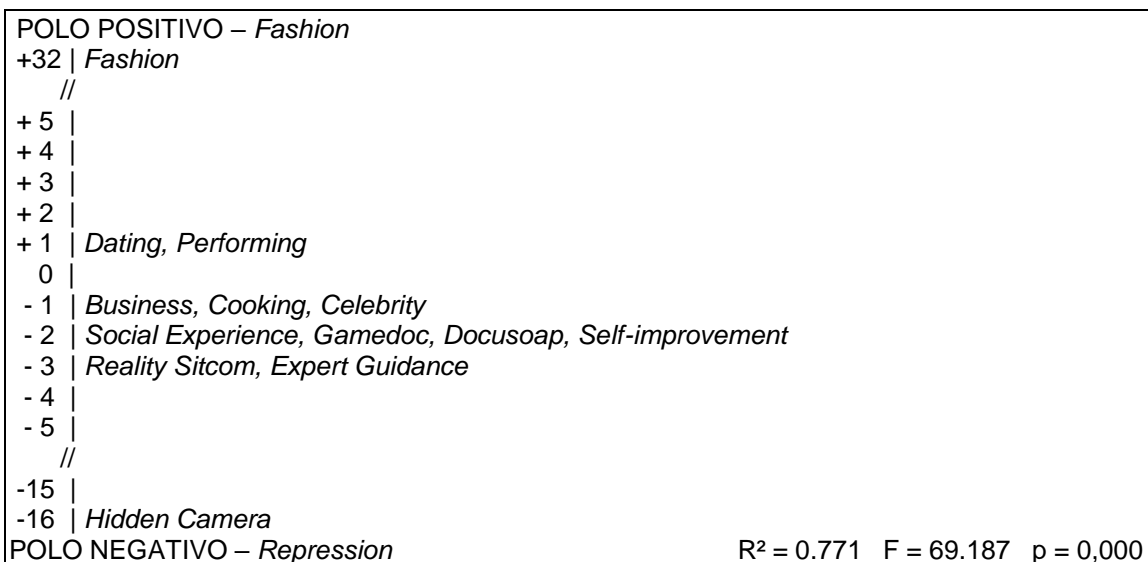
O polo negativo dessa dimensão refere-se ao tema das perseguições e ações policiais, especificamente aponta um léxico saliente referente ao programa *COPS* (tiras), ilustradas por exemplo pelas palavras *stop* (.369) e *here* (.344) utilizada como ordem dos policiais em relação a indivíduos que estavam sob investigação ou perseguição, ilustrada pelo vocativo *man* (.347) utilizada pelos policiais ou em relação aos policiais indicada pela palavra *sir* (.336) utilizada pelas pessoas abordadas. As ações policiais são sempre realizadas por carros e nota-se a presença da palavra *car* (.344).

Exemplo 3.2: **Hidden and Live-in Camera - Project Cops S27e24**

- **Stop** now.
- I'm going to ride...
- **Stop**.
- Hey.
- 44, he's running southbound on Piatt. My **car**'s on Tenth Street.
- Tell him to **stop**!
- Here you go, **sir**.
- Are you the registered owner, Daniel?
- Yes.
- All **right**. So, why are you trying to roll away from me, **man**?
- I turned around. I was trying to either go to Subway or McDonald's.

O exemplo 3.1. ilustra trecho do texto com a presença latente da temática moda, explorando a descrição de roupas e aparência física, enquanto o exemplo 3.2 ilustra diálogo que ocorrem em abordagens policiais destacando um discurso de repressão, na medida em que repreende indivíduos sempre com tom de comando. Dessa forma, a dimensão 3 recebe o rótulo de *Fashion versus Repression* deixando claro que os diálogos que ocorrem nestes dois contextos tão distintos, o universo da moda e da polícia, possuem discursos que tem pouca relação entre si, o que pode ser observado pela distribuição dos textos ao longo da escala da dimensão 3 ilustrada na figura 4.

Figura 4 - Distribuição dos escores de fator da dimensão 3



Fonte: Elaborado pelo autor

O teste de análise de variância mostra que essa dimensão responde por 4.98% da variação e o valor de R^2 de .771 indica que 77.10% da variação pode ser explicada pelo tipo de *Reality TV show*

considerado. O valor de p é igual a 0.000 o que indica que as diferenças estatísticas são significativas, ou seja, não são aleatórias.

4.4 Dimensão 4: *Performing Arts*

A dimensão 4 é formada por um único polo negativo no qual as palavras mais recorrentes são *dancing* (-.861), *dance* (-.811) e *stars* (-.729), *welcome* (-.729) e *show* (-.711). Podemos interpretar essa dimensão como sendo a dimensão das competições das celebridades e descreve as performances de artistas em apresentações de palco.

Os exemplos 4.1 e 4.2 a seguir revelam que há em textos de certos programas que fazem a marcação de tempo entre o episódio anterior e o episódio atual, descrevendo acontecimentos e resultados obtidos pelos participantes desses *Reality TV Shows*.

Exemplo 4.1: **Celebrity - Dancing with Stars s11e04**

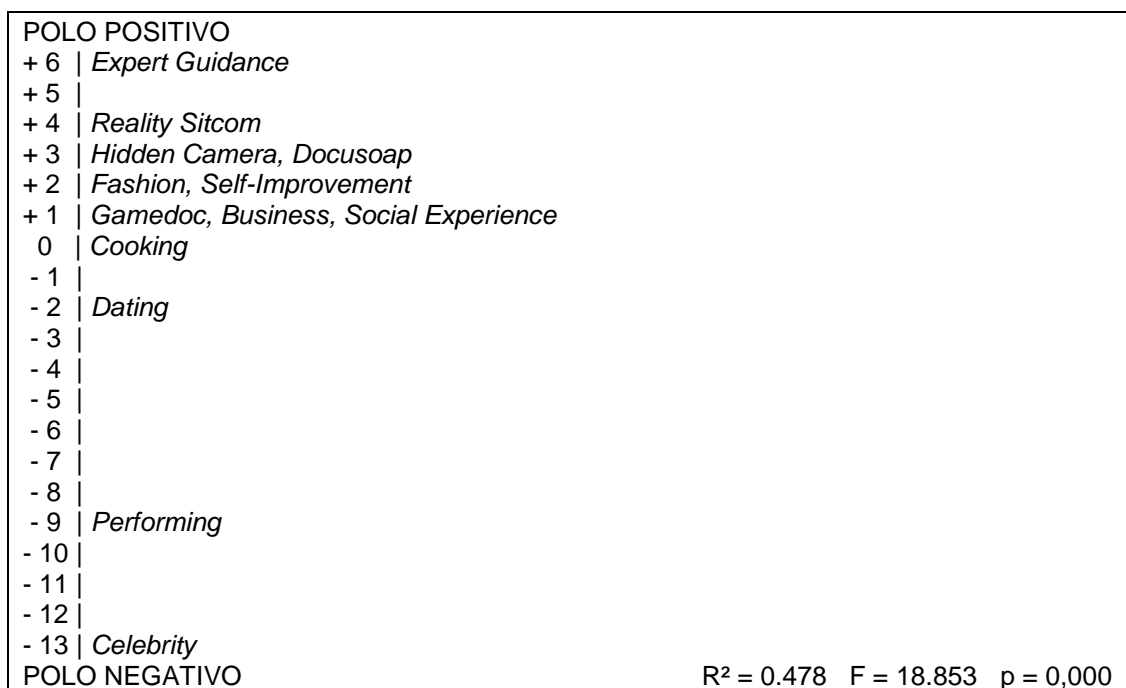
And coming up, a magical Macy's **stars** of **dance** performance. Stay tuned to see our ballroom in a whole new light. Aerialists, acrobats and dancers take flight in one of the most daring performers in "**dancing** with the **stars**" history. This is a macy's **stars** of **dance** performance not to be missed.
- **Welcome** back to "**dancing** the results." [...] Here's a look at how these three couples performed on **last night's** wild **show**.

Exemplo 4.2: **Performing - So You Think You Can Dance s08e23**

Last night you voted for the final time this season. **Tonight** we find out how the votes stacked up. By the end of the evening, one of our sensational **top** four will walk away with the title "America's favorite dancer"!

Observe a seguir a distribuição dos textos ao longo da escala da dimensão 4 que ilustra que os programas das categorias *Celebrity* e *Performing* são marcados pelo discurso da análise e descrição de apresentações artísticas e desempenho de seus participantes, recendo o nome de *Performing Arts*.

Figura 5 – Distribuição dos escores de fator da dimensão 4



Fonte: Elaborado pelo autor

Essa dimensão corresponde por 4.05% da variação total encontrada no *corpus*. O teste de análise de variância mostra que 47.8% da variação lexical pode ser prevista quando se sabe qual o tipo de *Reality TV Show*, pois o valor de R^2 é de .478 e o valor de p é igual a 0.000 o que indica que as diferenças estatísticas são significativas.

4.5. Dimensão 5: *Gratitude vs. Competition*

A dimensão 5 é formada por dois polos. O polo positivo está relacionado com o momento que os participantes dos programas agradecem aos telespectadores pelo apoio recebido. Podemos interpretar aspecto da dimensão como um discurso de agradecimento, ou seja, o momento que o participante do show fala diretamente com a audiência, ou seja ele olha para a câmera e se comunica com quem assiste. Há também diálogos com agradecimentos entre os participantes dos programas.

As características linguísticas principais do polo positivo são os carregamentos de palavras como *much* (.442), *thank* (.423), *so* (.348) relevando um campo lexical sobre agradecimentos, o que pode ser observado pelo exemplo a seguir.

Exemplo 5.1: **Performing - The Voice s05e05**

- Anyway, **thank** you **so much**.
- You're really good, dude. You were. You were fun.
- **Thank** you very **much**. I appreciate it. **Thank** you.

O polo negativo desta quinta dimensão apresenta unidades lexicais como *game* (-.798), *big* (-.528) e *brother* (-.668) que refletem a competição na interação entre os participantes de *Reality TV Shows* do tipo competição, mais especificamente do tipo jogo-documentário com o *Big Brother* e *The Amazing Race*. Não é surpresa que que muitos textos apresentem diálogos que exploram acontecimentos, fatos e regras das dinâmicas dos desafios propostos pelos participantes de Reality TV shows, bem como ilustra o exemplo a seguir.

Exemplo 5.3: Gamedoc - Big Brother s14e11

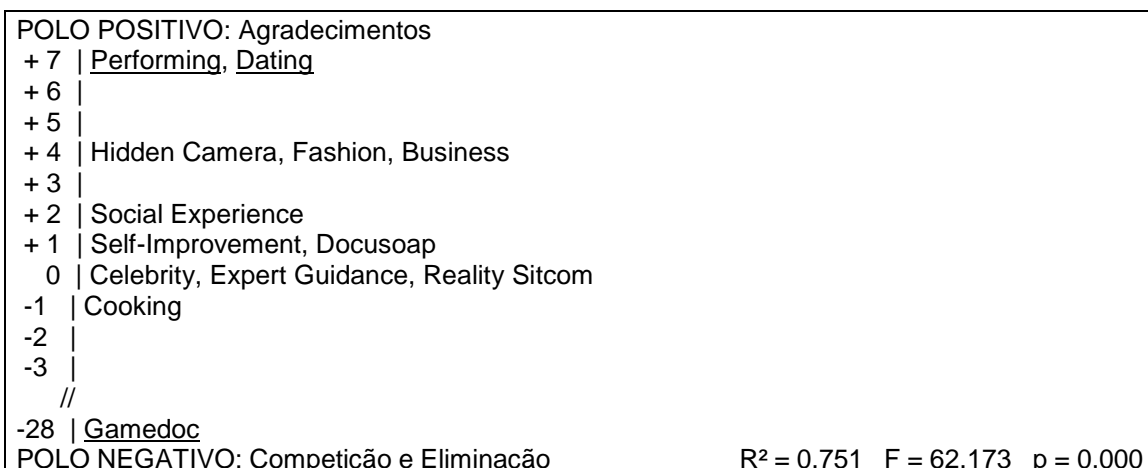
Now the coaches are dropped in the **game**. It's like walking into "**big brother**" on night one for the first time ever. In three seasons of "**big brother**" I have never been so unsure what I wanted to happen for **head** of household competition. The coaches entering the **game** is the biggest twist in "**big brother**" history, no question about it.

[...]

Now that I'm a **player** in the **game**, not much has changed in terms of my strategy in terms of **coach** and **player**. I'm going to try to build a weak persona much like I did the last time I won this **game**.

O exemplo acima demonstra que os participantes comentam sobre os desafios e regras propostos pelos programas, refletindo um discurso pautado pela competição que é bem diferente do discurso de agradecimento, o que podemos observar na distribuição dos textos ao longo da escala da dimensão, ilustrada na figura 6 a seguir.

Figura 6 - Distribuição dos escores de fator da dimensão 5



Fonte: Elaborado pelo autor

Essa dimensão corresponde a 3.67% da variação encontrada no *corpus*. O teste de análise de variância aponta o valor de R^2 de .751, o que indica que 75.10% da variação lexical pode ser explicada pelo tipo

de *Reality TV show*. As diferenças estatísticas foram geradas aleatoriamente, uma vez que o valor de p é igual a 0.000 o que indica que as diferenças estatísticas são significativas.

4.6 Dimensão 6: *Self-improvement*

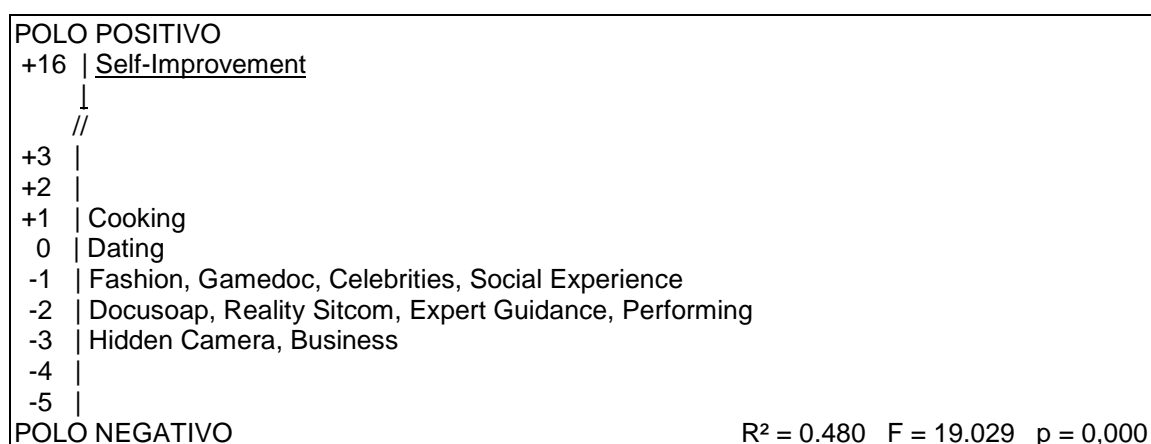
As principais características lexicais da dimensão seis que é formada apenas por um polo positivo podem ser listadas a partir dos temas que emergem das unidades lexicais como *pounds* (-.888), *weight* (.862) e *lost* (.818) que claramente refere-se ao programa *The Biggest loser* que trata de uma competição sobre perda de peso, conforme o exemplo citado a seguir.

Exemplo 6.1: **The Biggest Loser - s11e09**

- How am I going to pull my **weight**? Because I can't get on the scale and not lose **weight**.
- You have got to work as **hard** as you've been working.
[...]
- Justin, when you first started this competition, you **weighed** 365 **pounds**. At your last **weigh-in**, you **weighed** in at 262 **pounds**. Justin, your current **weight** is ...

Contudo, essa dimensão além de lidar com a perda de peso, também trata da dificuldade de lidar com outros tipos de perda, como a perda de pessoas e do trabalho e há a presença de um profissional experiente que orienta os participantes na transformação de suas vidas, temática comum dos Reality TV Shows da categoria de melhoria pessoal (*Self-improvement*), como é observado na figura 7.

Figura 7 - Distribuição dos escores de fator da dimensão 6



Fonte: Elaborado pelo autor

A dimensão 6 corresponde a 3.38% da variação encontrada no *corpus* do estudo. O teste de análise de variância mostra que as médias

estatísticas são significativas, uma vez que p é igual a 0.000, ou seja, indica que não se resultam ao acaso. O resultado do R^2 é de .480 indicando que há a variação lexical com 48% de chances de acerto nessa dimensão quando se conhece o tipo de registro do texto.

4.7 Dimensão 7: *Love vs. Work*

O polo positivo dessa dimensão apresenta léxico do campo semântico do amor com palavras tais como *love* (.516), *rose* (.512) *girl* (.494), *date* (.454) e *guy* (.328) que aparecem em diálogos sobre relacionamentos entre homens e mulheres em programas que abordam a competição em torno da vida amorosa dos participantes, o que pode ser visto nas conversas de programas como *The Bachelorette*, tal como o exemplo a seguir.

Exemplo 7.1: **Bachelorette S08ep04**

- **Love** isn't a competition, but this is a two on one **date**. When do you ever go on a **date** with one **girl**, and there's another **guy** tagging along, trying to get her attention and he's trying to win?

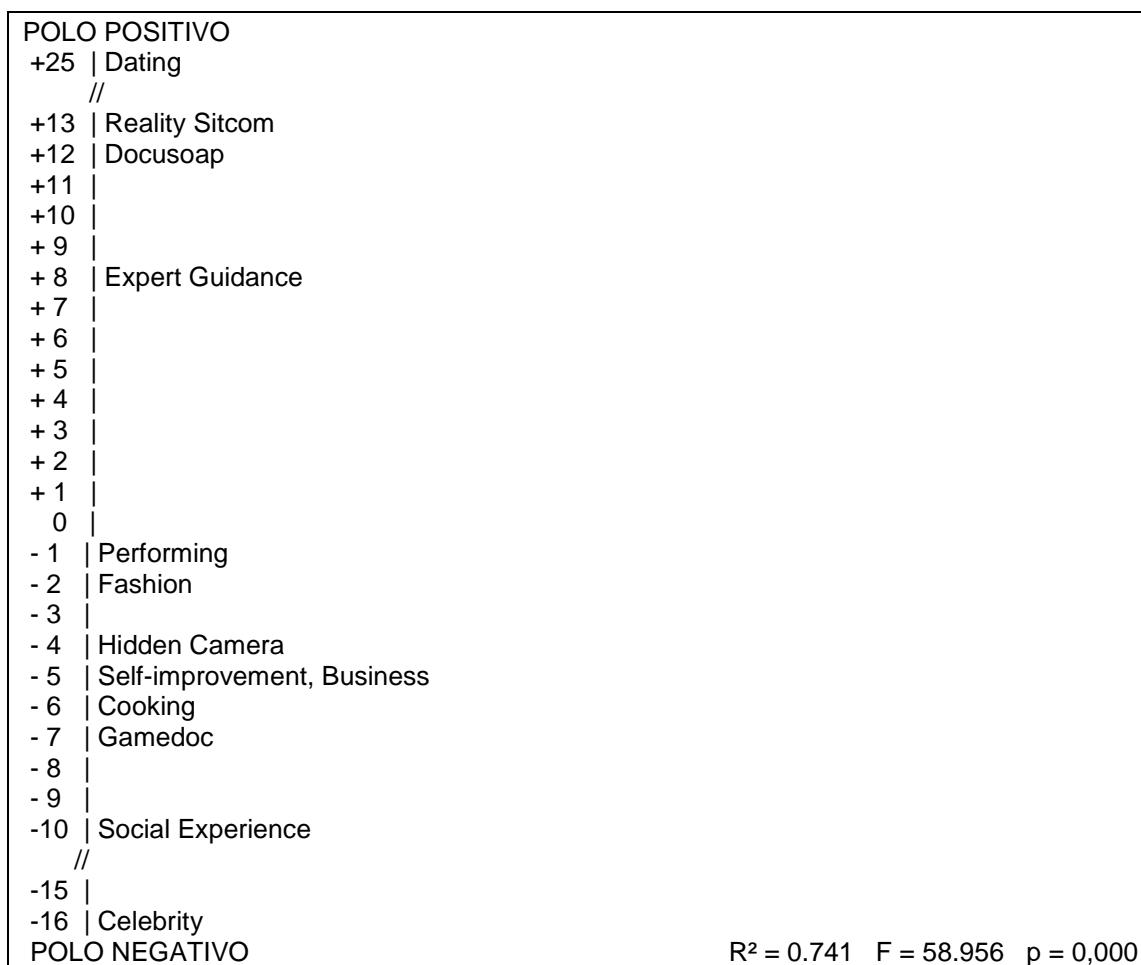
O polo negativo, por sua vez, apresenta léxico relativo ao universo do trabalho, característicos em programas que exploram a competição entre os participantes para conquistar uma vaga de emprego ou oportunidade de melhoria profissional, como por exemplo em *The Apprentice* conforme ilustrado no seguinte exemplo.

Exemplo 7.2: **Apprentice S10ep05**

- Being the **project manager** on this **task** is going to be very refreshing for me.
- Finally, we'll have a focused leader with vision.
- Do your **job**, and if you do it, we'll win.

Interpretamos essa dimensão como Amor *versus* Trabalho (*Love versus Work*), facilmente observado pela distribuição dos textos de programas do tipo *Dating* de forma totalmente oposta aos textos dos programas do tipo *Business* e *Celebrity*, como observa-se na figura 8.

Figura 8 - Distribuição dos escores de fator da dimensão 7



Fonte: Elaborado pelo autor

Ressalta-se ainda que há a versão do programa *The Apprentice* apenas com celebridades, o que explica a categoria *Celebrity* aparecer no polo negativo.

A dimensão 7 corresponde a 2.89% da variação encontrada no *corpus*. O teste de análise de variância mostra que existe 74.10% de chance de se prever a variação lexical quando o tipo de registro do texto é conhecido, uma vez que o resultado do R^2 é de .741 e o valor de p igual a 0.000, indicando que as diferenças estatísticas são significativas e não ocorreram de forma aleatória.

5. Considerações Finais

O estudo feito aqui buscou revelar as dimensões lexicais, espaços linguísticos definidos por padrões de variação lexical capazes de revelar os temas/discursos mais recorrentes em *corpora*. No caso dos programas de televisão, essa pesquisa foi capaz de identificar os tópicos conversacionais recorrentes nos *Reality TV shows* norte-americanos.

Os resultados apresentados aqui mostraram que o léxico-chave de cada programa pode identificar a topicalidade dos programas, ou seja, a dimensão 1 revela que *Reality TV shows* tais como *Hell's Kitchen* apresentam léxico presentes em conversas sobre cozinha. O léxico mais saliente na dimensão dois, por sua vez, indica que as conversas giram em torno de negócios e dinheiro como em *Shark Tank*. A dimensão três revela que programas cujo tópico é moda, tal como *Project Runway* têm conversas bem diferentes de operações policiais tal como em *Cops*.

Desse modo, os resultados revelam que os programas apresentam tópicos algumas vezes similares e outras vezes muito distintos do que poderíamos prever. Podemos verificar que há variação temática significativa e que os tópicos podem ser identificados por meio da lista de palavras-chave de cada um dos programas. O léxico-chave de cada programa pode identificar a topicalidade dos programas e os programas apresentam tópicos muito diversificados. Os tópicos recorrentes estão intimamente relacionados com os assuntos tratados nos tipos de programas e assim, podemos relacionar os tópicos emergentes em cada dimensão com uma determinada categoria de *Reality Shows*.

Pesquisas que se dedicam a variação lexical e discursiva são fundamentais no campo da linguística aplicada, uma vez que podem ainda corroborar a crença de que o tópico de um texto pode exercer uma força de atração de certas características lexicais em detrimento de outras relevando padrões de variação lexical e, dessa forma, contribuir com a criação de materiais terminológicos e didáticos para o uso em aulas de comunicação, linguística, tradução e muitas outras áreas interdisciplinares.

Agradecimentos

Agradeço a Profa. Dra. Simone Vieira Resende (PUC-SP/EBAC - Escola Britânica de Artes Criativas) pelo empenho e trabalho no processamento e tratamento dos dados. Agradeço também ao meu orientador de pesquisa Prof. Dr. Tony Berber Sardinha (PUC-SP) e ao GELC (Grupo de Estudos de Linguística de Corpus) pelas contribuições em nossas discussões durante as reuniões do grupo no LAEL/PUC-SP.

Referências bibliográficas

AL-SURMI, M. Authenticity and TV shows: A Multidimensional Analysis Perspective. *TESOL QUARTERLY*, v. 46, n. 4, p. 671-694, 2012.

FONSECA DE ARAÚJO, R. A linguagem dos Reality TV shows norte-americanos: análise e classificação. Dissertação (mestrado em Linguística aplicada e Estudos da Linguagem – LAEL). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em:

ARAÚJO, Rafael Fonseca de. "What the hell are you talking about?": variação lexical em reality tv shows norte-americanos. *Revista Intercâmbio*, v.LI: 82-107, 2022. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759X

<<https://sapientia.pucsp.br/handle/handle/19961>>.

FONSECA DE ARAÚJO, R.; BERBER SARDINHA, T.; DELFINO, M. C. N. Representations of American identity: A multi-dimensional analysis of Google Books trigrams around North, Central, South and Latin America. AACL 2018 - American Association of Corpus Linguistics Conference: Atlanta, 2018.

BERBER SARDINHA, T. Looking at collocations in Brazilian Portuguese through the Brazilian Corpus. In: BERBER SARDINHA, T.; SÃO BENTO FERREIRA, T. (Org.). *Working with Portuguese Corpora*. 1ed. London / New York: Bloomsbury, 2014a, v., p. 9-32.

BERBER SARDINHA, T. On being American and Brazilian in Google Books: a Multidimensional perspective – Looking at cultural shifts in English over time: A Multi-Dimensional perspective. In: American Association for Corpus Linguistics Conference, Flagstaff, AZ. 2014b

BERBER SARDINHA, T. A corpus-based history of Applied Linguistics. In: World Congress of Applied Linguistics (AILA), 18., 2017, Rio de Janeiro. *Annals...* [s/l]: [s/n], 2017.

BERBER SARDINHA, T. Using multi-dimensional analysis to detect representations of national identity. In: T. Berber Sardinha and M. Veirano Pinto (eds). *Multi-Dimensional Analysis: Research Method and Current Issues*, pp. 231–258. London: Routledge, 2019.

BERBER SARDINHA, T. A historical characterization of American and Brazilian cultures based on lexical representations. *Corpora* v. 15 (2), pp. 183–212, 2020.

BERBER SARDINHA, T.; KAUFFMANN, C.; MAYER ACUNZO, C. A multi-dimensional analysis of register variation in Brazilian Portuguese. *Corpora*, v. 9, n. 2, p. 239–271, 2014.

BERBER SARDINHA, T. & VEIRANO PINTO, M. American television and off-screen registers: a corpus-based comparison. *Corpora* v. 12 (1): 85-114, 2017.

BERBER SARDINHA, T. & VEIRANO PINTO, M. Dimensions of variation across American television registers. *International Journal of Corpus Linguistics JCR*, v.24, p. 3-32, 2019.

BIBER, D. *Variation Across Speech and Writing*. Cambridge University Press, 1988. 299p.

ARAÚJO, Rafael Fonseca de. "What the hell are you talking about?": variação lexical em reality tv shows norte-americanos. *Revista Intercâmbio*, v.LI: 82-107, 2022. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759X

BIBER, D. *Dimensions of Register Variation: A Cross-Linguistic Comparison*. Cambridge University Press, 1995. 428p.

BIBER, D.; CONRAD, S. *Register, Genre, and Style*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

BIRESSI, A. & NUNN, H. *Reality TV: Realism and Revelation*. London and New York: Wallflower Press, 2005.

BONDEBJERG, Ib. Public discourse/private fascination: hybridization in 'True-Life-Story' genres. *Media, Culture and Society* v.18.1, pp. 27-45, 1996.

CUMMING, D. (ed.). *Reality TV: How Real Is Real?* Oxford: Hodder and Stoughton, 2002.

DELFINO, M. C. N.; FONSECA DE ARAÚJO, R.; BERBER SARDINHA, T. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada: Multi-dimensões temáticas. Linguística de corpus: perspectivas [digital resource] / (Orgs) Maria José Bocorny Finatto, Rozane Rodrigues Rebechi, Simone Sarmento, Ana Eliza Pereira Bocorny*. Porto Alegre: Instituto de Letras - UFRGS, 2018. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/177640/001067237.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>.

EDWARDS, L. H. *The Triumph of Reality TV: The Revolution in American Television*. ABC-CLIO, 2013.

FRIEDMAN, J. *Reality Squared: Televisual Discourse on the Real*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2002.

HILL, A. *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*. Routledge, 2005.

JERMYN, D. *Crime Watching: Investigating Real Crime TV*. I. B. Tauris, 2007. 200p.

KAVKA, M. *Reality TV*. TV Genres. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2012.

KILBORN, R. How real can you get? Recent development in 'reality' television. *European Journal of Communication* v. 9.4, pp. 421-39, 1994.

MURRAY, S.; QUELLETTE, L. (Ed.) *Reality TV: Remaking Television Culture*. New York – London: New York University Press, 2004.

ARAÚJO, Rafael Fonseca de. "What the hell are you talking about?": variação lexical em reality tv shows norte-americanos. *Revista Intercâmbio*, v.LI: 82-107, 2022. São Paulo: LAEL/PUCSP. ISSN 2237-759X

NICHOLS, B. *Blurred Boundaries: Questions of Meaning in Contemporary Culture*. Bloomington: Indiana University Press, 1994.

QUELLETTE, L. Reality TV Gives Back: On the Civic Functions of Reality Entertainment. *Journal of Popular Film and Television*, v. 38, n. 2, p. 66-71, 2010.

QUELLETTE, L. *A Companion to Reality Television*. John Wiley & Sons, 2013. 592p.

Recebido em: 02/06/2022

Aprovado em: 24/08/2022