

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BELO HORIZONTE – UNI-BH
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – DCC
COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

**A construção do cidadão comum como
personagem de programas popularescos**

Um estudo de caso do programa “*Casos de Família*”, apresentado
por Regina Volpato no Sistema Brasileiro de Televisão (SBT)

POLLYANNA ALCÂNTARA

BELO HORIZONTE – MG
JUNHO DE 2005

POLLYANNA ALCÂNTARA

**A construção do cidadão comum como
personagem de programas popularescos**

Um estudo de caso do programa “*Casos de Família*”, apresentado
por Regina Volpato no Sistema Brasileiro de Televisão (SBT)

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social, do Departamento de Ciências da Comunicação, do Centro Universitário de Belo Horizonte - UNI-BH, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Sob orientação da professora Adélia Fernandes

BELO HORIZONTE – MG

JUNHO DE 2005

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
CAPÍTULO1: CIDADANIA PLENA – UM DIREITO A SER CONQUISTADO.....	7
1.1- Cidadania	7
1.2- A Cidadania no Processo de Redemocratização	13
1.3- A Vida Cotidiana e a Mídia	13
1.4- Senso Comum e Ciência	17
CAPÍTULO 2: A MÍDIA E SEUS PROCESSOS DE TRANSFORMAÇÃO.....	23
2.1- Centralidade da Mídia	23
2.2- O Surgimento da Televisão no Brasil	28
2.3- Cultura de Massa e Estética do Grotesco	33
CAPÍTULO 3: ANÁLISE REAL DO “ESPETÁCULO” <i>CASOS DE FAMÍLIA</i>	38
3.1- O programa <i>Casos de Família</i>	38
3.2- Características do programa	40
3.3- Temas	44
3.4- Características dos personagens	45
3.5- História dos personagens	49
3.6- Análise da platéia	51
3.7- Discurso da psicóloga	52
3.8- Discurso e postura da apresentadora	53
CONCLUSÃO	55
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....	59

INTRODUÇÃO

Ligar a televisão e selecionar um determinado programa é uma atitude simples, mas que pode revelar muito sobre o receptor, principalmente se este for um voraz consumidor de produtos televisivos como os brasileiros.

Hoje, vivenciamos uma era em que temos uma supervalorização da informação, com vistas na quantidade, sem necessariamente com a reflexão qualitativa de seu conteúdo. A cada dia, estamos informados sobre mais coisas, mas a proporção é inversa quando precisamos saber o que esses dados significam. Para Muniz Sodré (1975), a televisão atualmente não se preocupa em veicular conteúdos informativos e educativos, assumindo de fato as funções que a sociologia americana atribuía aos meios de comunicação. Pelo contrário, a tevê que temos hoje está diretamente ligada à lógica de mercado, à força da audiência. O importante é prender a atenção do telespectador e obter os melhores e maiores níveis de audiência, mesmo que para isso seja necessário usar de estratégias da dramaturgia, no entanto, vividas por personagens comuns, o cidadão.

Segundo Muniz Sodré (2002), a televisão de hoje confere ampla visibilidade às cenas escatológicas¹ e vexatórias. “Nem o padrão Globo de qualidade, com suas imagens de qualidade técnica indiscutível, resistiu à ampla visibilidade dos produtos apelativos e de baixo nível artístico” (SODRÉ, 2002, p.39).

Para Raquel Paiva (2002), no riso estimulado pela exibição do lado cruel da realidade, antigos objetos de indignação (miséria, falta de solidariedade, descaso dos poderes públicos) recaem na indiferença generalizada.

¹ Escatológico: tratado acerca dos excrementos; doutrina das coisas que deverão acontecer no fim do mundo. Para o autor Muniz Sodré a denominação escatológica significa coisa absurda, de mal gosto que causa espanto e horror.

Baseada nessa linha de pensamento, esta pesquisa realiza um estudo de caso, no qual analisamos o papel do cidadão comum num programa popular televisivo. O objeto em questão é o programa *Casos de Família*, apresentado por Regina Volpato, no Sistema Brasileiro de Televisão (SBT).

O principal objetivo do estudo é investigar como este cidadão comum é construído para ser personagem de tais programas. A pesquisa ainda tenta verificar se há elementos que realmente evidenciam o grotesco em *Casos de Família*. Buscou-se observar também como é construída ou (des)construída a idéia de cidadania a partir da discussão deste programa tido como popularesco.

A importância desta pesquisa se faz pelo fato dos temas cultura de massa e *mass media* serem sempre atuais e, portanto, requerem, cada vez mais, estudos na área. Hoje, falar de televisão não é assunto apenas de especialistas da área, o tema também gera grandes polêmicas entre estudantes e adeptos do jornalismo e da TV brasileira.

A grande preocupação das emissoras de televisão é com a audiência, a qualidade e o conteúdo passaram a ser questões de segundo plano. E a parcela da população que mais sente as conseqüências desse processo é o cidadão comum, que tem sua vida e intimidade expostas para o Brasil inteiro, tornando-se alvo de críticas, censuras e atos de violência, pois a todo o momento são humilhados e ridicularizados.

Para a realização desta pesquisa, gravamos, em vídeo, uma semana de programa. O período de reprodução das edições inéditas foi entre os dias 12 e 16 de abril. A partir das gravações, foi elaborada uma planilha que apresenta toda a estrutura do programa, com um enfoque especial no cidadão (origem, raça, linguagem, escolaridade, vida social etc.).

A monografia é composta por dois capítulos teóricos e um de análise. No primeiro capítulo é feito um relato sobre a questão da cidadania, descrevendo, com base em diversas teorias, como ela se instaurou na sociedade. Como esse conceito é tratado, antes e depois do

advento da comunicação de massa. O papel da cidadania discutido neste capítulo é fundamentado, sobretudo nos estudos dos autores, José Murilo de Carvalho (2001) e Evelina Dagnino (1994). A segunda parte do capítulo é composta pelos temas: Vida Cotidiana e Mídia; Senso Comum e Conhecimento Científico. Neste último, é estabelecido um parâmetro no qual se discute a diferença entre os dois conceitos.

O segundo capítulo da pesquisa traz um panorama sobre o papel de centralidade que a mídia exerce na sociedade, sobretudo a brasileira. Neste capítulo também é feito um relato do surgimento da televisão no Brasil, de como ela se firmou no mercado e da forma como ela se sustenta como um dos principais ou senão o principal meio de comunicação de massa dos brasileiros. Baseado nessa idéia é discutido também a qualidade desse veículo de comunicação e o crescente gosto por programas de má qualidade, que, no caso, é denominado como programas que primam pelo grotesco. Essas idéias são analisadas em torno dos pensamentos de Adriano Duarte (1999), Dominique Wolton (1996 e 2004), Eugênio Bucci (1997), Valério Brittos (1999), Muniz Sodré (1975 e 2002) e Raquel Paiva (2002).

O terceiro capítulo traz a análise pretendida com a pesquisa. São descritos o processo de metodologia adotado e os critérios de análise utilizados. O conteúdo das edições inéditas do programa *Casos de Família* são detalhados. Além disso, há uma descrição de todos e de tudo que compõe o programa, desde o cenário até a participação do cidadão comum, além de informações gerais sobre a emissora. Por último, as considerações finais resgatam as observações apresentadas ao longo do terceiro capítulo.

1 CIDADANIA PLENA – UM DIREITO A SER CONQUISTADO

Este capítulo faz uma abordagem a respeito da cidadania. Aqui é analisado de que forma esse conceito foi sendo instaurando no meio social e principalmente na vida do homem, que hoje é denominado como cidadão. O capítulo também observa a maneira como a cidadania é posicionada, nos dias atuais, depois do advento dos meios de comunicação de massa.

Para desenvolver essas idéias propostas, baseamo-nos principalmente nos estudos dos autores, José Murilo de Carvalho (2001), que parte do nascimento da cidadania até o processo de redemocratização, e de Evelina Dagnino (1994), autora esta que faz um trabalho em torno da nova cidadania.

Além da cidadania, este capítulo analisa também aspectos da construção da vida cotidiana e a mídia, baseados nas idéias dos autores Berger e Luckmann (1985), Thompson (1998) e Maffesoli (1984). Além de traçar também um panorama do que vem a ser senso comum e conhecimento científico, discutido por Marilena Chauí (2002) e Bronowski (1977) e principalmente o quanto esse tipo de programa como *Casos de Família* reforça o senso comum para a construção do imaginário do cotidiano.

1.1 Cidadania

Se há um tema de recorrente discussão em nosso país, esse tema é a cidadania. Muito se debate sobre a cidadania: se podemos ou não nos considerarmos cidadãos. Mas, até hoje não se chegou a uma resposta concreta, ainda mais diante da grande exclusão social.

A cidadania começou a ser mais amplamente discutida a partir da década de 80 com os movimentos populares, fossem eles ligados a questões políticas, econômicas ou sociais, e com o processo de redemocratização iniciado nessa época. A cidadania não apareceu do nada, ela tem uma história refere-se a alguns conceitos mais ou menos precisos.

Apesar disso, esses conceitos não estão mais se sustentando uma vez que eles são baseados, sobretudo, na idéia de que existem direitos individuais e, hoje, por meio da luta dos movimentos sociais, há um reconhecimento pleno de que não existem direitos individuais; e sim coletivos. A cidadania hoje é fruto de uma intermediação entre a esfera pública e a esfera privada, relacionando o Estado, o mercado e a sociedade civil.

Além disso, com o advento dos meios de comunicação, a idéia de cidadania começou a tomar rumos e proporções diferentes. Hoje, a cidadania é retratada pelos meios de comunicação como sendo a “consciência de nossos direitos”. Estamos tão inseridos no mundo da comunicação de massa que se torna cada vez mais difícil estabelecer diferenças entre quem é telespectador e quem é cidadão.

Para Dominique Wolton (1996) não há como separar o telespectador do cidadão, porque os dois fazem parte de um mesmo contexto e podem ser considerados como a mesma pessoa. Se a cidadania era vista de uma maneira, hoje, com a TV, a internet e os meios de comunicação em geral, ela passou a tomar uma outra dimensão, dimensão essa que circula por esses conglomerados midiáticos.

Autores como Evelina Dagnino (1994) e José Murilo de Carvalho (2001) são mais cautelosos e não deixam de exigir uma reflexão mais ampla a respeito da cidadania e como ela vem se instituindo dentro da sociedade. Já Thompson (1998) e Adriano Duarte (1994) discutem como os veículos de comunicação de massa se instauraram dentro da sociedade e como eles lidam com a idéia de cidadania.

Vivemos em uma sociedade que se modifica muito rapidamente, tornando-se mais complexa, heterogênea e diferenciada. Nesse sentido, surgem novas formas e a estrutura de classe se transforma, desfazendo identidades tradicionais e criando outras tantas, o que gera uma pluralidade de interesses e demandas nem sempre convergentes, quando não conflitantes e excludentes. É uma sociedade feita de formas diferentes de sociabilidade, algumas mais antigas e outras novas que seguem as rápidas transformações da vida urbana e do mundo como um todo. E se mostra desigual, uns possuem mais direitos que os outros, uns consomem mais outros menos, alguns produzem e têm acesso a certas garantias e outros não têm.

Carvalho (2001) percorre um caminho histórico, a fim de discutir as questões que retardam a vivência plena da cidadania pelos cidadãos brasileiros. Para fazer um levantamento dos caminhos tortuosos, pelos quais a cidadania passou em seu surgimento em nosso país, o autor faz um relato que abrange desde o ano de 1822, época do Império e da República, até 1988, ano da Promulgação da Constituição Brasileira, que rege o Brasil até os dias de hoje. De uma forma coerente e histórica, Carvalho (2001) revela que a construção da democracia no Brasil só ganhou força após a redemocratização, em 1985.

Segundo ele, nessa época, muitos pensavam que o fato de termos reconquistado o direito de eleger nossos prefeitos, governadores e presidentes da República seria garantia de liberdade, de participação e de desenvolvimento. De fato, a liberdade de expressão e de livre associação aconteceu, mas se observados outros aspectos, como aumento da violência urbana, o sistema de saúde precário, a má qualidade da educação e as desigualdades sociais e políticas que continuaram e continuam a existir, é possível perceber que nem tudo caminhou bem.

Conforme o autor relata, o acesso de certos direitos como a liberdade de pensamento, de expressão e o direito de voto, não gera necessariamente o direito a outros serviços. O exercício do

voto não garante uma atenção maior do governo aos problemas básicos da população, por exemplo.

A cidadania inclui várias dimensões e que algumas podem estar presentes sem as outras. Uma cidadania plena, que combine liberdade, participação e igualdade para todos, é um ideal desenvolvido no Ocidente e talvez inatingível. Mas ele tem servido de parâmetro para o julgamento da qualidade da cidadania em cada país e em cada momento histórico. (CARVALHO, 2001, p.9)

A cidadania começou a se instaurar no Brasil lentamente e de forma muito discreta. Aos poucos, dava sinais de surgimento e instituíam certas modificações e garantias de alguns direitos para a sociedade. No ano de 1985, por exemplo, a cidadania desdobrava-se em direitos civis, políticos e sociais.

O cidadão pleno, nesses parâmetros, seria aquele titular desses três direitos. Os que não se beneficiassem com nenhum deles não seriam considerados cidadãos. Os direitos civis, mencionados pelo autor, são os direitos fundamentais à vida, à liberdade, à propriedade e à igualdade perante a lei. É o direito que o cidadão tem de ir e vir. São direitos que se baseiam na existência de uma justiça independente e eficiente. O direito civil está diretamente ligado à liberdade individual. Já os direitos políticos referem-se à participação do cidadão no governo da sociedade. Por exemplo, o direito de voto.

Os direitos sociais permitem às sociedades politicamente organizadas reduzir os excessos de desigualdades produzidos pelo capitalismo. Baseiam-se na idéia de justiça social. A construção da cidadania está muito ligada à maneira como as pessoas se relacionam com o Estado. Pois as pessoas só se tornaram cidadãs a partir do momento que começaram a fazer parte da sociedade como um todo, diminuindo as possibilidades de injustiças.

Evelina Dagnino (1994) trabalha a concepção de cidadania nos dias de hoje. Para ela, a expressão cidadania está, hoje, disseminada por toda à parte, apropriada por todos. Ao mencionar

a cidadania, ela destaca o seu caráter de estratégia política, o fato de que a cidadania expressa e responde atualmente a um conjunto de interesses, desejos e aspirações de uma parte significativa da sociedade, mas que certamente não se confunde com toda a sociedade.

De acordo com a autora, a nova noção de cidadania expressa o novo estatuto teórico e político que assumiu a questão da democracia em todo o mundo, especialmente a partir da crise do socialismo real. A nova cidadania, segundo a autora, está caracterizada por cinco pontos básicos. Em primeiro lugar, a nova cidadania trabalha com uma redefinição da idéia de direitos, cujo ponto de partida é a concepção de um direito a ter direitos. Essa concepção não se limita a conquistas legais ou ao acesso a direitos previamente definidos, ou a implementação efetiva de direitos abstratos e formais. Inclui fortemente a invenção/criação de novos direitos, que emergem de lutas específicas e da sua prática concreta.

Um segundo ponto é que a nova cidadania não se vincula a uma estratégia das classes dominantes e do Estado para a incorporação política progressiva dos setores excluídos, com vistas a uma maior integração social. A nova cidadania, segundo ela, requer a constituição de sujeitos mais ativos, definindo o que eles consideram ser os seus direitos e lutando pelo seu reconhecimento. A nova cidadania seria uma estratégia dos não-cidadãos, dos excluídos, uma cidadania “de baixo para cima”.

Um terceiro ponto é o alargamento do âmbito da nova cidadania, cujo significado e importância estão longe de se esgotar no seu resultado enquanto aquisição formal-legal de um conjunto de direitos. Ou seja, a nova cidadania se constitui também como uma proposta de sociabilidade, uma tendência para viver em sociedade, de ser urbano. Novas formas que tornem o convívio, as relações sociais, mais igualitários em todos os seus níveis, e não apenas a incorporação ao sistema político no seu sentido estrito. De acordo com a autora, no Brasil, por

exemplo, o alargamento do âmbito da cidadania pode também ser pensado em termos de uma simultaneidade da conquista dos direitos civis, políticos e sociais.

A quarta característica proposta por Evelina Dagnino (1994) refere-se ao processo de construção da cidadania enquanto afirmação e reconhecimento de direitos, especialmente na sociedade brasileira, um processo de transformação das práticas sociais enraizadas na sociedade. Nesse aspecto, ela inclui a constituição de cidadãos enquanto sujeitos sociais ativos, mas também, por outro lado, para a sociedade como um todo, um aprendizado de convivência com esses cidadãos emergentes que recusam permanecer nos lugares que foram socialmente e culturalmente destinados a eles.

A quinta e última característica refere-se à conquista dos direitos de cidadania, tal como definidos por aqueles que hoje, no Brasil, estão excluídos dela, o que implica, desde logo, modificações radicais na nossa sociedade e na estrutura das relações de poder que a caracterizam.

A nova noção de cidadania pode constituir-se como um quadro de referência complexo e aberto para dar conta da diversidade das questões emergentes nas sociedades latino-americanas: da igualdade, da saúde, da comunicação de massa.

Além disso, a nova cidadania é capaz de incorporar tanto a noção de igualdade como a de diferença, principalmente se for baseada dentro dos ideais da comunicação midiática. Assim, a cidadania incorpora as lutas pela igualdade de oportunidades e distribuição das riquezas e, ao mesmo tempo, a luta pela aceitação e valorização das diferenças, sejam elas culturais, históricas, de gênero ou de raça.

1.2 A Cidadania no Processo de Redemocratização

A luta pela nova cidadania acelerou-se com o processo de redemocratização, ocorrido na década de 80, juntamente com o contexto político da institucionalização, dentro do qual os movimentos sociais e populares começaram a ganhar mais destaque na sociedade.

Como relata Carvalho (2001), a Constituinte de 1988 aprovou a constituição mais liberal e democrática que o país já teve: a Constituição Cidadã. Apesar da democracia política não ter conseguido resolver os problemas econômicos mais sérios, como desigualdade e o desemprego, e também o agravamento da situação dos direitos civis no que se refere à segurança individual, com o processo de redemocratização, a cidadania conseguiu atingir, de certa forma, o seu auge, pois a Constituição tem como preocupação central a garantia dos direitos do cidadão.

1.3 A Vida Cotidiana e a Mídia

A mídia sempre foi um fenômeno muito estudado, principalmente a televisiva. Geralmente, são pesquisas que buscam entender a evolução desse meio de comunicação, o seu papel diante de toda a sociedade e principalmente a sua capacidade de interferir ou não na vida de um indivíduo. Com o crescimento dos chamados programas “popularescos” dentro da grade de programação da televisão, a quantidade desses estudos deu um grande salto, pois muitos pesquisadores de comunicação, e de outras áreas também, querem entender o gosto por esse tipo de programa e o porque deles estarem constantemente ocupando um espaço de destaque nas emissoras de TV.

A recepção dos produtos da mídia é considerada por muitos uma rotina, uma atividade prática que muitos indivíduos já integram como parte de suas vidas cotidianas. Daí a importância

também de se fazer um relato do que vem a ser essa vida cotidiana. Baseado nos pensamentos propostos por Berger e Luckmann (1985), a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido na medida em que forma um mundo coerente. Para eles, o mundo da vida cotidiana não somente é tomado como uma realidade certa pelos membros ordinários da sociedade na conduta subjetivamente dotada de sentido que imprimem a suas vidas, mas é um mundo que se origina no pensamento e na ação dos homens comuns, sendo afirmado como real por eles.

Para esclarecer os fundamentos do conhecimento na vida cotidiana, os autores partem de uma análise fenomenológica, método puramente descritivo, e como tal “empírico”. Segundo eles, a análise fenomenológica da vida cotidiana, ou melhor, da experiência subjetiva da vida cotidiana, abstém-se de qualquer hipótese causal ou genética, assim como de afirmações relativas ao status ontológico dos fenômenos analisados. O senso comum contém inumeráveis interpretações pré-científicas e quase-científicas sobre a realidade cotidiana, que admite como certas.

Entre as múltiplas realidades há uma que se apresenta como sendo a realidade por excelência. É a realidade da vida cotidiana. Sua posição privilegiada autoriza a dar-lhe a designação de realidade predominante. Experimento a vida cotidiana do estado de total vigília. Este estado de total vigília de existir na realidade da vida cotidiana e de apreendê-la é considerado por mim normal e evidente, isto é, constitui atitude natural. (BERGER e LUCKMANN, 1985, p.38)

Para Berger e Luckmann (1985), a realidade da vida cotidiana é constituída por uma ordem de objetos. Ela está organizada em torno do “aqui”, de meu corpo, e do “agora”, do meu presente. Este “aqui e agora” é o foco de nossa atenção à realidade da vida cotidiana. O “aqui e agora” apresentado ao indivíduo de sua vida cotidiana é o *realissimum* de sua consciência.

Experimento a vida cotidiana em diferentes graus de aproximação e distância, espacial e temporalmente. A mais próxima de mim é a zona da vida cotidiana diretamente acessível à minha manipulação corporal. Esta zona contém o mundo que se acha ao meu alcance, o mundo em que atuo a fim de modificar a realidade dele, ou o mundo em que trabalho. Neste mundo do trabalho minha consciência é dominada pelo motivo pragmático, isto é, minha atenção a esse mundo é principalmente determinada por aquilo que estou fazendo, fiz ou planejo fazer nele. Deste modo é *meu* mundo por excelência. (BERGER e LUCKMANN, 1985,p.39)

A vida cotidiana pode ser entendida como um mundo intersubjetivo, ou seja, um mundo de que participo juntamente com outros homens. É esta intersubjetividade que diferencia nitidamente a vida cotidiana de outras realidades. Não posso existir na vida cotidiana sem estar continuamente em interação e comunicação com os outros. A atitude natural é a atitude da consciência do senso comum, precisamente porque se refere a um mundo que é comum a muitos homens. O conhecimento do senso comum é o conhecimento que eu partilho com os outros nas rotinas normais, evidentes da vida cotidiana.

A realidade da vida cotidiana é partilhada com os outros e essa experiência ocorre muitas vezes na situação face a face, mas também com as mediações tecnológicas.

De acordo com Berger e Luckmann (1985), a vida cotidiana é, sobretudo, a vida com a linguagem, é, por meio dela, que se dá a comunicação do indivíduo com os outros, a sua interação face a face. Por isso a linguagem é essencial para a compreensão da realidade da vida cotidiana. A linguagem, segundo os autores, tem origem e encontra sua referência primária na vida cotidiana. O simbolismo e a linguagem simbólica, por exemplo, tornam-se componentes essenciais da realidade da vida cotidiana e da apreensão pelo senso comum desta realidade.

Sendo a vida cotidiana dominada por motivos pragmáticos, o conhecimento recebido, isto é, o conhecimento limitado à competência pragmática em desempenhos de rotina, ocupa lugar

eminente no acervo social do conhecimento. As estruturas que têm importância básica, referentes à vida cotidiana, são apresentadas ao indivíduo já prontas pelo estoque social do próprio conhecimento. Encontro o conhecimento da vida cotidiana socialmente distribuído, isto é, possuído diferentemente por diversos indivíduos e tipos de indivíduos.

Um outro autor que aborda a questão da vida cotidiana é Thompson (1998), que estuda a relação entre a vida cotidiana e a mídia, principalmente a mídia televisiva.

De acordo com ele, as maneiras de compreender os produtos da mídia variam de um indivíduo para outro, e de um contexto sócio-histórico para outro, pois o “significado” de uma mensagem transmitida pela mídia não é um fenômeno fixo e transparente para todos. O significado que ela terá para um indivíduo vai depender, em certa medida, da estrutura que ele ou ela traz para o sustentar. Na recepção e apropriação das mensagens da mídia, os indivíduos são envolvidos num processo de formação pessoal e de autocompreensão – embora em formas nem sempre explícitas e reconhecidas como tais.

As imagens e mensagens da mídia podem levar a profundas divisões e sentimentos de injustiça que são experimentados pelos indivíduos em suas vidas cotidianas. A mídia pode politizar o cotidiano tornando-o visível e observável em maneiras que antes não eram possíveis e, portanto, tornando os eventos cotidianos um catalisador para ações que vão muito além dos locais imediatos onde ocorrem. (THOMPSON, 1998, p.215).

Apoderando-se de mensagens e rotineiramente incorporando-as à própria vida, o indivíduo está implicitamente construindo uma compreensão de si mesmo, uma consciência daquilo que ele é e de seu lugar no tempo e no espaço. A compreensão que um indivíduo tem das mensagens transmitidas pelos produtos da mídia pode sofrer transformações, pois elas são vistas de um ângulo diferente, são submetidas aos comentários e à crítica dos outros, e gradualmente impressas no tecido simbólico da vida cotidiana.

A recepção dos produtos da mídia deveria ser vista, além disso, como uma atividade de rotina, no sentido de que é uma parte integrante das atividades constitutivas da vida diária. A recepção dos produtos da mídia se sobrepõe e imbrica a outras atividades nas formas mais complexas, e parte da importância que tipos particulares de recepção tem para indivíduos deriva das maneiras com que eles os relacionam a outros aspectos de suas vidas. (THOMPSON, 1998, p.43).

Um outro autor a discutir a questão da vida cotidiana também sob o prisma televisivo é Michel Maffesoli (1984). Segundo ele, os atos mais simples da vida cotidiana, os objetos mais triviais que constituem o meio circundante de todos os dias, as situações mais banais, tudo isso encontra, sob o olho da câmera, seus aspectos matizados e luxuriantes. Essa cristalização cinematográfica nada mais faz do que acentuar um caráter encontrado na vida de todo dia. A vida “humilde” e seus trabalhos simples só podem ser vividos na medida em que existe uma força mágica, poética que os alimenta sem cessar.

1.4 Senso Comum e Ciência

A história da humanidade sempre foi marcada por necessidades básicas de sobrevivência. Essas necessidades acabaram por desenvolver capacidades criativas para superar os problemas existentes na natureza. Tais capacidades podem ser traduzidas como formas de adquirir um determinado conhecimento e aplicá-lo na resolução de obstáculos que cercam o cotidiano.

O conhecimento que vai se acumulando, na medida em que se aprende com as experiências do cotidiano é chamado de senso comum. Os conhecimentos pertencentes a este senso comum podem se arraigar na cultura popular e permanecer, mesmo após o conhecimento científico comprovar a sua ineficácia.

O senso comum nada mais é que um conjunto de informações aprendidas na prática do cotidiano, e que inclui um conjunto de valores. Isso que dizer que são valores baseados nos costumes, lendas, religião, experiência pessoal acumulada e informações científicas popularizadas.

Já o pensamento científico, ciência, ao contrário de estar ligado a valores e experiências pessoais, constrói seu conhecimento em busca de afirmações e teorias universais, cujo campo de aplicação seja o mais extenso possível. Esses conhecimentos são obtidos de maneira programada e controlada, através de teorias, estudos, pesquisa objetivas, com métodos e técnicas específicas, que permitem a verificação prática de sua validade.

Segundo o pensamento do autor Jacob Bronowski (1977), a ciência não é apenas racional e empírica. Ciência é experiência, ou seja, atividade ordenada e raciocinada. Ela não contempla o mundo assim como faz o senso comum, mas o conduz. Dito de outra forma, tudo o que surge de novo no mundo, tudo o que vivemos, é guiado pela ciência, por meio do conhecimento científico.

Com o tempo as perspectivas foram mudando, além do pensamento científico começou a surgir outros pensamentos, ideais estes ligados ao fantástico, ao imaginário, ao espetáculo, ao senso comum, que, tanto quanto a ciência, impregnam o espírito humano.

Bronowski (1977) relata que devemos aperceber-nos de que todos fazemos parte do que observamos. Não podemos dividir o mundo em duas partes: nós de um lado, como espectadores, e tudo mais como um espetáculo do outro lado, por nós observados à distância. Segundo ele, há em todas as nossas especulações uma suposição tácita de que o ideal da ciência é fazer previsões que sempre se cumpram, de obter respostas corretas a todas as perguntas. Ele intitula a ciência não como uma atitude especial e sim como um tipo de atividade humana. A ciência é um método consciente compartilhado por toda a sociedade.

A prática da ciência supõe a existência de um mundo real comum e admite que seu impacto sobre cada indivíduo que o compõe é por esse indivíduo modificado, de um modo que constitui sua experiência pessoal. Não construímos o mundo a partir de nossas experiências: temos, sim consciência do mundo em nossas experiências. A ciência é uma linguagem para falar não da experiência, mas do mundo. (BRONOWSKI, 1977, p.97)

Enquanto Jacob Bronowski (1997) analisa a ciência e de como essa teoria procede na relação humana, a autora Marilena Chauí (2002) faz um estudo do que vem a ser o conhecimento científico e o senso comum, categoria esta que passou a interessar a ciência. Segundo Marilena Chauí (2002), a ciência desconfia da veracidade de nossas certezas, de nossa adesão imediata às coisas, da ausência de crítica e da falta de curiosidade. Onde vemos coisas, fatos e acontecimentos, a atitude científica vê problemas e obstáculos, aparências que precisam ser explicadas e, em certos casos, afastadas.

Os fatos ou objetos científicos não são empíricos espontâneos de nossa experiência cotidiana, mas são construídos pelo trabalho da investigação científica. A ciência é um conjunto de atividades intelectuais, experimentais e técnicas, realizadas com base em métodos.

Já o senso comum é o inverso da ciência, é naturalmente guiada pela experiência. O senso comum, para a autora, está diretamente ligado às nossas vivências, ao nosso dia-a-dia, a acontecimentos que, de certa forma, dispensam o estudo, a pesquisa realizada por métodos científicos.

A ciência distingue-se do senso comum porque este é uma opinião baseada em hábitos, preconceitos, tradições cristalizadas, enquanto a primeira baseia-se em pesquisa, investigações metódicas e sistemáticas e na exigência de que as teorias sejam internamente coerentes e digam a verdade sobre a realidade. A ciência é conhecimento que resulta de um trabalho racional. (CHAUI, 2002,p.251)

Mais do que uma análise, mas como forma de estabelecer diferenças entre a ciência e o senso comum, Marilena Chauí (2002) descreve suas possíveis características. Segundo a autora, o senso comum é subjetivo, isto é, exprime sentimentos e opiniões individuais e de grupos, variando de uma pessoa para outra, ou de um grupo para outro, e dependente das condições em que vivemos. É qualitativo, isto é, as coisas são julgadas por nós como grandes ou pequenas, doces ou azedas, pesadas ou leves, novas ou velhas, belas ou feias, quentes ou frias, úteis ou inúteis, desejáveis ou indesejáveis, coloridas ou sem cor, com sabor ou odor, próximas ou distantes. É individualizado por ser qualitativo e heterogêneo, isto é, cada fato nos aparece como um indivíduo ou como ser autônomo. É generalizador, pois tende a reunir numa só opinião ou numa só idéia coisas e fatos julgados semelhantes.

Em decorrências das generalizações, tende a estabelecer relações de causa e efeito entre as coisas ou entre os fatos. Não se surpreende e nem se admira com a regularidade, constância, repetição e diferença das coisas, mas ao contrário, a admiração e o espanto se dirigem para o que é imaginado como único, extraordinário, maravilhoso ou miraculosos. Justamente por isso, em nossa sociedade, a propaganda e a moda estão sempre inventando o “extraordinário”, o “nunca visto”. Pelo mesmo motivo e não por compreender o que seja investigação científica, tende a identificá-la com a magia, considerando que ambas lidam com o misterioso, o oculto, o incompreensível. Costuma projetar nas coisas ou no mundo, sentimentos de angústia e de medo diante do desconhecido. Por ser subjetivo, generalizador, expressões de sentimentos, de medo, angústia e de incompreensão quanto ao trabalho científico, nossas certezas cotidianas e o senso comum de nossa sociedade ou de nosso grupo social cristalizam-se em preconceitos com os quais passamos a interpretar toda a realidade que nos cerca e todos os acontecimentos.

Já o conhecimento científico, segundo Marilena Chauí (2002) apresenta outras características. Procura as estruturas universais e necessárias das coisas investigadas. É

quantitativo, busca medidas, padrões, critérios de comparação e de avaliação para as coisas que parecem ser diferentes. É homogêneo, busca as leis gerais de funcionamento dos fenômenos, que são as mesmas para fatos que nos parecem diferentes. É generalizador, pois reúne individualidades, percebidas como diferentes, sob as mesmas leis, os mesmos padrões ou critérios de medida, mostrando que possuem a mesma estrutura. É diferenciado, pois não aproxima nem generaliza por semelhanças aparentes, mas distingue os que parecem iguais, desde que obedeçam a estruturas diferentes. Só estabelece relações causais depois de investigar a natureza ou estrutura do fato estudado e suas relações com outros semelhantes ou diferentes. Surpreende-se com a regularidade, a constância, a frequência, a repetição e a diferença das coisas e procura mostrar que o maravilhoso, o extraordinário ou o milagroso é um caso particular do que é regular, normal, freqüente. Distingue-se da magia. A magia admite uma participação ou simpatia secreta entre as coisas diferentes, que agem umas sobre as outras por meio de qualidades ocultas e considera o psiquismo humano uma força capaz de ligar-se a psiquismos superiores para provocar efeitos inesperados nas coisas e nas pessoas.

A atitude científica, pelo contrário, opera um desencantamento ou desenfeitiçamento do mundo, mostrando que nele não agem forças secretas, mas causas e relações racionais que podem ser conhecidas e que tais conhecimentos podem ser transmitidos a todos. Pelo conhecimento, o homem pode libertar-se do medo e das superstições, deixando de projetá-los no mundo e nos outros. Procura renovar-se e modificar-se continuamente, evitando a transformação das teorias em doutrinas e destas, em preconceitos sociais. O fato científico resulta de um trabalho paciente e lento de investigação e de pesquisa racional, aberto a mudanças, não sendo nem um mistério incompreensível, nem uma doutrina geral sobre o mundo.

Diferentemente de Jacob Bronowski (1997) que analisa o método científico e de Marilena Chauí (2002) que discute as diferenças entre ciência e senso comum, o autor Michel Maffesoli

(1984) parte do imaginário, do senso comum, para analisar as relações estabelecidas na vida cotidiana.

“A parte do imaginário é importante naquilo que chamamos de minúsculas situações da vida cotidiana. A importância do imaginário é agora reconhecida por vários pesquisadores, e múltiplos trabalhos mostram como ele estrutura a sociabilidade básica”. (MAFFESOLI, 1984, p.64)

O fantástico e a ficção não possuem outro sentido senão organizar um espaço vital, tornando o cotidiano aceitável. A retórica da vida cotidiana é uma realidade que não tem preço. Em todos os atos da vida cotidiana existe um desdobramento, uma secundariedade, expressão da mobilidade existencial no seio da rotina diária. Introduzir a ficção em sua vida cotidiana é uma manifestação de resistência que escapa a temática ativista da liberação.

O processo imaginário, ficcional, fantástico, vivido dia-a-dia, encontra-se enraizado no tempo mítico, tempo imóvel, quando provem o ceticismo e a passividade que podemos observar. Por mais distantes que pensemos estar da magia, até agora mal saímos dela. O fantástico, a ficção participam na constituição da realidade e não apenas da experiência.

Fazer um contraponto entre cidadania, conhecimento científico, senso comum é ainda muito complexo, visto que a cidadania se engloba em todos estes conceitos seja ele baseado na ciência ou no senso comum, que de certa forma está diretamente ligado ao imaginário do cotidiano vivido pelas pessoas. Todos os temas abordados aqui serão melhor discutidos durante a análise dessa pesquisa e nas considerações finais, quando será possível articular todas as teorias aqui apresentadas.

2 A MÍDIA E SEUS PROCESSOS DE TRANSFORMAÇÃO

Este capítulo analisa o espaço que a mídia vem tomando na vida das pessoas e principalmente em seu comportamento. Aqui é observado o papel de centralidade desempenhado pela mídia nos tempos de hoje. Este tema é desenvolvido nos ideais dos autores Thompson (1998), Adriano Rodrigues (1994) e Wolton (1996). O capítulo é composto também por subtítulos em que são retratados o surgimento da televisão no Brasil e a cultura de massa e a estética do grotesco. Sendo estes baseados nos estudos dos autores, Eugênio Bucci (1997), Raquel Paiva (2002), Muniz Sodré (1975 e 2002) Adriano Duarte (1999), Dominique Wolton (1996 e 2004) e Valério Brittos (1999), .

Vale destacar que o objetivo central deste capítulo é fazer um estudo da televisão como um todo e principalmente analisar como os programas ditos populares, vem crescendo dentro da programação das emissoras televisivas e como o grotesco é colocado dentro dessa mídia. Visando formular uma base teórica para fundamentar discussão e análise do cidadão, apresentado como personagem mais adiante, os tópicos subseqüentes trarão as discussões teóricas de especialistas que, seja criticando ou enaltecendo a forma como se impõem a comunicação de massa e o grotesco, permitirão ao leitor munir-se de argumentos e tentar chegar à análise final.

2.1 Centralidade da Mídia

Até a modernidade, pessoas e temas para se tornarem visíveis necessitavam partilhar de um local comum. Os indivíduos que quisessem expor seus pensamentos, suas preocupações ou

queixas, tinham que fazê-los pessoalmente ou através de intermediários. Não havia meio de se fazer ver e ouvir, senão através dos encontros face a face, presenciais.

Hoje, a situação é bastante diferente. Desde o advento da imprensa e especialmente da mídia eletrônica como, por exemplo, o rádio e a televisão, criou-se um novo tipo de publicidade que, segundo Thompson (1998), consiste no que podemos descrever como espaço do visível, ou seja, ele é um espaço não localizado. A televisão, por exemplo, é um espaço aberto de possibilidades no qual as formas simbólicas podem ser produzidas e recebidas por uma pluralidade de outros não presentes. Nesses espaços midiáticos é possível compartilhar idéias e imagens sem que necessariamente as pessoas estejam no mesmo espaço e tempo.

Para Thompson (1998), a televisão, como já acontecia com a imprensa e com outros meios, altera a publicidade da partilha de lugares comuns da comunicação dialógica característica da interação face a face. A televisão, em virtude da riqueza visual de suas deixas simbólicas, estabelece uma nova e distinta relação entre publicidade e visibilidade, ela enfatiza particularmente o sentido da visão; deixas auditivas são combinadas com deixas visuais para produzir a complexa imagem audiovisual.

A televisão cria um campo de visão completamente diferente do campo de visão que os indivíduos têm com outros em seus encontros diários. O campo televisivo é, obviamente, muito mais extenso em alcance, permitindo aos indivíduos assistirem a fenômenos que acontecem em contextos muito distantes. É também um campo que foge completamente ao controle dos receptores. O espectador não está livre para escolher o ângulo de visão, e tem relativamente pouco controle sobre a seleção do material visível. (THOMPSON, 1998, p.118)

O desenvolvimento da televisão criou assim uma nova forma de publicidade, implicando um tipo distinto de visibilidade, muito diferente daquele tradicional de co-presença.

A sociedade tem a mídia como um meio no qual seus principais conflitos podem ser visíveis. O que antigamente era feito face a face, hoje é realizado pela mídia, geralmente não existe um diálogo. A televisão é um grande exemplo de mídia não dialógica, ou seja, existe uma distância entre produtores e receptores.

Conforme os pensamentos propostos por Rodrigues (1994), o campo da comunicação autonomiza-se a partir da emergência da modernidade e passa a ocupar o espaço de centralidade na vida social. A instância comunicativa midiática invoca para si a tarefa de servir de mediação dos campos sociais, no qual estes buscam visibilidade.

O autor ressalta que o campo midiático que se formou dentro do país implica em uma nova reorganização do espaço público. Nos dias atuais, a mídia é o centro, foco de tudo, ou seja, ela dita padrões de comportamentos e ações. A comunicação passou a ser o campo de mediação da vida social. As outras esferas (política, economia e religião) passaram a recorrer à comunicação para legitimar seus discursos.

Thompson (1998) ressalta que, ao interpretar as formas simbólicas, os indivíduos as incorporam na própria compreensão que têm de si mesmo e dos outros. Eles as usam como veículo de reflexão e auto-reflexão, como base para refletirem sobre si mesmos. As maneiras de entender e compreender os produtos da mídia variam de um indivíduo para o outro. O significado de uma mensagem transmitida pela mídia não é um fenômeno estático, permanente e fixo, transparente para todos. O significado que uma mensagem tem para um indivíduo dependerá, em certa medida, da estrutura que ele ou ela tem para sustentar.

Complexos e sofisticados dispositivos de informação, como o telefone, o cinema, os jornais, a rádio, a televisão, fazem parte do nosso dia-a-dia; definem novos horizontes da nossa experiência, alargando a esfera de percepção e de intervenção no mundo, elaborando a nossa própria representação da realidade. É por isso que dificilmente poderíamos hoje imaginar a nossa vida sem estes dispositivos midiáticos que passaram a fazer parte integrante dos nossos próprios órgãos de percepção. (RODRIGUES, 1994, p.24)

As mensagens transmitidas pela mídia são, comumente, discutidas por indivíduos durante a sua recepção e depois elas são, portanto elaboradas discursivamente e compartilhadas em um círculo mais amplo de indivíduos que podem ter participado do processo inicial de recepção. O homem está ativamente modificando-se por meio de mensagem e de conteúdo significativo oferecidos pelos produtos midiáticos.

“A comunicação serve, no nosso tempo, para legitimar discursos, é o mais recente instrumento mobilizador, disponível para provocar efeitos de consenso universalmente aceitos nos mais diferentes domínios da experiência moderna”. (RODRIGUES, 1994, p.13)

Também Wolton (2004) rebate a idéia falsa de existir um espectador “passivo” diante de uma televisão. Ele relata que pelo contrário, o espectador está ativo, pois filtra e seleciona as mensagens e não recebe passivamente uma mensagem escrita, sonora ou audiovisual.

Rodrigues (1994) ressalta que o nosso século tornou-se o século da informação, tal como o século XIX foi o século da produção industrial. Devido a abundância, a rapidez e à instantaneidade da informação, o autor afirma que a percepção da atualidade tornou-se uma realidade defasada em relação aos ritmos concretos da experiência humana que alimentam os processos comunicacionais, ou seja, o excesso de informação nos dá a impressão de estarmos sempre desatualizados.

Para Wolton (1996), o espaço midiático é um espaço no qual a imprensa escrita e a mídia audiovisual têm um papel considerável em termos de informação e comunicação. É pela

informação e através dela que a sociedade é capaz de gerir seus conflitos e suas contradições. A onipresença da mídia e das sondagens permite tudo saber sobre tudo. O conhecimento ampliado da realidade é muito mediatizado, ou seja, ligado às informações e depende cada vez menos da experiência face a face.

A onipresença da mídia e da informação produz um sentimento de que os problemas mais importantes de uma sociedade são visíveis e levados ao conhecimento de todos. A idéia simples é de que a mídia e as sondagens dão uma visibilidade bastante boa da realidade social e dos seus diferentes componentes.

Mutações difíceis de assimilar se considerarmos que, ao mesmo tempo, os meios de comunicação jogam os cidadãos para o outro lado do mundo. Da cozinha ou da sala de jantar, cada um pode fazer várias vezes a volta ao mundo graças a televisão. A televisão é atualmente um dos principais laços sociais da sociedade individual de massa. Aliás, ela é também uma figura desse laço social. A televisão é a única atividade compartilhada por todas as classes sociais e por todas as faixas etárias, estabelecendo, assim, um laço entre todos os meios. (WOLTON, 2004, p.134)

Para Wolton (2004), desde que a televisão foi tomada pelo dinheiro, pela guerra de audiência e pela iniciativa privada, trazem de volta, progressivamente, práticas que ilustram o papel das mídias de massa como laço social. Num período de profundas rupturas sociais e culturais, a TV continua sendo um dos laços sociais da modernidade. Ela exerce um papel na sociedade devido a sua visibilidade e popularidade. Ela contribui para criar um sentido, tão difícil de estabelecer nas sociedades modernas.

Wolton (2004) relata que a mídia é uma condição essencial para a existência de vínculos sociais, mas ela veicula modelos de representação e estereótipos necessariamente menos numerosos e menos heterogêneos do que aqueles presente simultaneamente na sociedade.

A força da televisão é criar um laço social e representá-lo. Se numerosas práticas sociais contribuem para o laço social, mas sem visibilidade, o interesse da televisão é representá-lo de maneira visível a todos. E a esse nível de visibilidade de representação, não existem muitas outras atividades sociais e culturais tão transversais quanto a televisão.

2.2 O surgimento da televisão no Brasil

A televisão no Brasil tem sua pré-estréia em abril de 1950. Ela surgiu como uma grande revolução. Nessa época, o único meio de comunicação existente no mundo era o rádio que teve início em 1945. O pequeno aparelho, que era capaz de reproduzir imagens e som ao mesmo tempo, trouxe várias modificações na vida cotidiana das pessoas. Valores, culturas e, até mesmo, ideologias começavam a ser modificadas pela simples presença do aparelho televisor. Para contextualizar a televisão desde seu surgimento até os dias atuais o autor Valério Cruz Brittos (1999) a divide em quatro fases históricas.

A primeira fase vai de 1950 a 1964, chamada de fase elitista, refere-se ao período da improvisação típica de Assis Chateaubriand e de seu grupo Diários e Emissores Associados, que marcaram o início da televisão no Brasil. Os aparelhos de TV eram caros e poucos tinham acesso, daí seu caráter elitista. A primeira emissora, a Rede Tupi-Difusora, de São Paulo, embrião da TV Tupi, e as estações seguintes foram buscar no rádio a linguagem, os profissionais e os produtos, já que não havia uma indústria televisiva consolidada. Nessa época, grande parte dos programas eram produzidos pelos patrocinadores e suas agências de publicidade. Quanto aos programas, esses eram basicamente ao vivo e produzidos regionalmente, uma vez que não existia ainda o vídeo - tape.

A segunda fase é marcada pela consolidação da hegemonia da emissora Rede Globo no Sistema Brasileiro de Comunicação. Foi quando a rede assumiu um acordo com o grupo norte-americano *Time-Life*. A ascensão da Rede Globo levou a derrocada da Excelsior. Esse segundo momento, de 1964 a 1975, chamado de fase “populista”, tem como marca a implantação das novelas como um sucesso de audiência. O oligopólio do grupo Diários e Emissoras Associados começou a perder espaço, surgindo, em 1965, a TV Globo, do Rio de Janeiro, que logo formou sua rede. Foi feito um acordo entre os governos militares que investiram no projeto de integrar o país via telecomunicações e a Rede Globo auxiliou a proposta de integração nacional, com uma programação ufanista que destacava o crescimento econômico e estimulava o consumo do telespectador.

O surgimento do Jornal Nacional, em 1969, veio consolidar o papel da Globo como emissora de alcance nacional. Nessa segunda fase, a televisão firmou-se como indústria, com a utilização de métodos de produção e administração, a profissionalização, o que gerou o que conhecemos hoje de “Padrão Globo de Qualidade”. Na fase populista, ao lado das novelas e dos shows de auditório, foram exibidas muitas séries estrangeiras.

A terceira fase da televisão brasileira está ligada ao desenvolvimento tecnológico (1975 a 1985) e coincide com a perda de hegemonia dos militares e o processo de abertura democrática. Com incentivos governamentais, a televisão passou a investir mais numa programação nacional. Por outro lado, o sucesso das novelas da Globo permitiu que a emissora começasse a exportar seus produtos para outros países. A concorrência acentuou-se com a proliferação dos videocassetes e o surgimento de outras redes nacionais, como o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), a rede Manchete e a TV Bandeirantes.

A quarta fase a chamada “fase da multiplicidade”, que ganhou força nos anos 90 tem a ver com a emergência da televisão por assinatura, um fenômeno relacionado ao processo de

globalização. Tem-se, de um lado, a formação e expansão de conglomerados multimídia. Por outro lado, ocorre uma valorização regional, do local, culminando no investimento das emissoras em programas de cunho mais regionalistas.

Brittos (1999) revela que, desde os anos 90, a televisão vem passando por novas fases de desenvolvimento, ora marcada pela intensificação da globalização, ora pela ampliação da oferta de canais gerada pela televisão fechada, ou seja, a televisão por assinatura. O autor afirma que a televisão se modifica a cada dia.

Hoje ela já faz parte do cotidiano de grande parte da população. Prova disso são os altos índices de audiência registrados na guerra entre as emissoras. Diferente de tempos atrás, a televisão é alvo de inúmeras discussões e debates, geralmente em torno do que essa mídia tem para acrescentar no dia-a-dia das pessoas, qual o seu papel e principalmente, qual o poder que ela exerce sobre seus espectadores.

De acordo com Wolton (1996), a televisão é um dos símbolos mais espetaculares da democracia de massa e constitui, sem dúvida, uma das razões de estar investida de todas as esperanças, sem ser capaz de satisfazê-las. O autor também afirma que um importante tema a respeito da televisão é em que contexto este meio de comunicação está inserido, entre a televisão pública e/ou a televisão privada. “O mal de ontem, a televisão privada, tornou-se o bem de hoje e vice-versa: vilipendiamos a televisão pública, identificado como controle político e sinônimo de arcaísmo”. (WOLTON, 1996, p.12)

O autor reflete sobre a questão de que a televisão está muito ligada à influência da política e à mercê do mercado. Ela funciona de acordo com que estes órgãos, públicos ou privados, mandam. E é exatamente por isso que se faz necessárias tantas pesquisas em torno desse assunto, partindo do pressuposto de que o telespectador está sedento de imagens da realidade e do cotidiano em que vive, mas de que a TV é incapaz de discernir o que realmente deve ou não ser

exibido, o que é informação e quando deixa de ser meio informativo para se tornar palco de um circo armado.

Na visão do autor, a televisão hoje não se preocupa com o indivíduo e sim com o público. Os diretores das emissoras alegam que determinado programa popularesco exhibe aquilo que o público pede, seja ruim ou bom, independente do gosto ou preferência do indivíduo. Eles atendem apenas uma vontade do público.

Tomando como ponto de discussão esse aspeto o pesquisador questiona o que será da televisão, se ela irá virar uma mídia generalista ou uma mídia segmentada. Para ele, a TV aberta tenta colocar em pé de igualdade todos os programas e não dizer a priori que são destinados a este ou aquele público. A TV aberta obriga cada um a reconhecer a existência do outro. A TV generalista oferece um vasto leque de programas para satisfazer o maior número possível de pessoas e deixar lugar para o “público inesperado”.

É necessário que haja a possibilidade de participar individualmente de uma atividade coletiva. O maior problema televisivo dos dias de hoje é não possibilitar ao espectador meios que o faça compreender a realidade do mundo em que vive. “Por tudo isso, a televisão em nossa sociedade é uma questão tão importante quanto a educação, a saúde ou a defesa” (WOLTON, 1996, p.16).

Segundo Wolton (1996), é nesse sentido que a televisão é menos um instrumento de massificação da cultura que um meio de relegar as heterogeneidades sociais e culturais. E refletindo isso por intermédio de seus programas, ela legitima os diferentes componentes da sociedade, oferecendo uma possibilidade de coexistência e talvez de integração entre todos.

Grande parte dos horários televisivos são preenchidos por programas sensacionalistas que tratam das mazelas sociais, programas estes que são referência entre o público.

Somente a televisão generalista está apta a oferecer essa igualdade de acesso, fundamento do modelo democrático e esse leque de programas que refletem a heterogeneidade social e cultural. Ela é uma escola de tolerância, no sentido de que cada um é obrigado a reconhecer que os programas de que ele não gosta têm tanta legitimidade quanto os de que ele gosta, pelo simples fato de que uns coexistem com os outros. (WOLTON, 2004, p.142)

Para Bucci (1997), o espaço público no Brasil começa e termina nos limites postos pela televisão, ou seja, é exatamente dentro desses limites que o país se informa sobre si mesmo, situa-se dentro do mundo e se reconhece como unidade dominante de uma sociedade. Segundo Bucci (1997), a televisão no Brasil é uma questão de poder porque ela se confunde com o próprio poder. O andamento moroso da evolução da TV no Brasil para um modelo mais plural é exatamente análogo e simultâneo ao da evolução democrática.

A TV ainda anda devagar porque a evolução política é vagarosa e é sabido, no Brasil, as mudanças na política e no próprio Estado costumam ser “lentas e graduais”, quase nunca se dão por rupturas. Pois assim é com a TV. Ela avança ou não segundo as mesmas leis que regem os avanços (ou não) das formas de poder. (BUCCI, 1997, p.18)

Um outro parâmetro analisado por Bucci (1997) é que muitos pensam que a televisão faz o que quer com a audiência. Conforme ele relata, a TV não inventa, não impõe, não condiciona diretamente. Ela não determina o que cada um vai fazer ou vai pensar, não há um cérebro maquiavélico por trás de cada emissora procurando doutrinar a massa acrítica. A massa de telespectadores não obedece irrefletidamente o que vê na tela.

Segundo Bucci (1997), a televisão apresenta-se com os mecanismos necessários para integrar expectativas diversas e dispersas, os desejos e as insatisfações difusas, consegue incorporar novidades que se apresentem originalmente fora do espaço que ela ocupa.

2.3 Cultura de Massa e Estética do Grotesco

De acordo com Edgar Morin (1974), a partir do aparecimento da mídia surgiu o moderno fenômeno da cultura de massa, com o progresso e a multiplicação crescente dos veículos de comunicação tais como a imprensa, as TVs e o rádio.

Enquanto a cultura de elite atende apenas uma parcela da população, a cultura de massa surge adaptada para o consumo de todas as classes sociais. Mesmo com o advento da cultura de massa, a elite ainda se mantém adepta da cultura dita “elevada”. A “elite” tende a menosprezar toda forma de produção cultural de massa.

Dentro da própria cultura de massa, constituem-se hierarquias e estratificações, por exemplo, na música popular, Pixinguinha, Caetano Veloso, João Gilberto são vistos aprioristicamente como mais próximos da cultura elevada do que Teixeira, Adeline Moreira, etc. Pixinguinha, clássico da música popular brasileira, costuma ser associado a Bach, com isto o sistema garante a sua recuperação para o nível superior da cultura. (SODRÉ, Muniz, 1975: p.18).

Sodré (1975) argumenta que, historicamente, a cultura de massa é apenas um momento na evolução da cultura de uma classe, e seus produtos não tardam a ser recuperados pelo sistema elitista da cultura superior. Um programa de televisão ou um artigo de jornal não estão segmentados à apenas uma sociedade e sim a todo e qualquer indivíduo.

O termo massa, segundo Thompson (1998), é especificamente um termo que causa interpretações variadas, pois massa, evoca uma vasta audiência de muitos milhares e até milhões de indivíduos. Isto pode perfeitamente vir a calhar para alguns produtos da mídia, tais como os mais modernos e populares jornais, filmes e propagandas de televisão, mas dificilmente representa as circunstâncias de muitos produtos da mídia, no passado e no presente.

Ao utilizar o termo massa, o mesmo não pode ser reduzido a uma questão de quantidade. O que importa na comunicação de massa não está na quantidade de indivíduos que recebe os produtos, mas no fato de que estes produtos estão disponíveis em princípio para uma grande pluralidade de destinatários.

Para Edgar Morin (1974), a cultura de massa é uma cultura que está diretamente ligada as outras culturas presentes na vida do indivíduo. Dentro de um país, por exemplo, convivemos com várias culturas. A cultura de massa ao mesmo tempo em que integra se desintegra as outras culturas, pois ela está em todos os lugares. A cultura de massa pode ser consumida a toda hora e por praticamente todo a parcela da população.

A cultura de massa não é governada pelo gosto, pelo feio ou bonito. O produto cultural está determinado por seu caráter industrial de um lado, seu caráter de consumação diária do outro. (MORIN, 1974, p.18)

Sodré (1975) afirma que mais do que nunca a cultura de massa do século XX prepara a linguagem para ser vendida, com o mesmo cuidado da fabricação da mercadoria. “O discurso comercial tem de se investir das formas privilegiadas pelo século: a rapidez, a facilidade, a brevidade”. A retórica, como utilização eficaz do discurso, não desapareceu, transformou-se. (SODRÉ, 1975, p.53)

A cultura de massa, portanto, é o produto de uma dialética produção-consumo, no centro de uma dialética global que é a sociedade em sua totalidade. Ela é produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial, propagada pelas técnicas da difusão maciça; destinando-se a uma massa social, isto é, um aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém e além das estruturas internas da sociedade.

Um outro ponto levantado por Morin (1974) é que a cultura de massa aparece de várias formas, mas particularmente sob a forma de espetáculo. O estético é o canal que liga o

imaginário. Por mais que o espectador se envolva com o estético ele sabe que o que está consumindo pertence ao mundo imaginário. Esse universo só se torna real no momento em que o espectador se projeta e se identifica com o personagem. Essa identificação liga o espectador no mundo imaginário.

Nietzsche citado por Muniz Sodré (2002) afirmou que “a preferência pelos acontecimentos terríveis é um sintoma de força (da alma)”. Rir do terrível ou das desproporções escandalosas das formas, transformando-os em veículos de zombaria e de provocação das regras do esteticamente correto sempre existiu em nossa sociedade. Só que até então nunca ninguém havia pensado no fato como uma teoria, teoria esta chamada por Muniz Sodré (1975) de grotesco.

Entre os anos 1969 e 1972, a televisão brasileira cativava o seu público emergente com programas que exploravam as misérias e as aberrações da condição humana. Sílvio Santos, Dercy Gonçalves, Chacrinha e outros tinham como matéria-prima televisiva a infelicidade alheia, a mendicância, as deformidades físicas. Sílvio Santos, por exemplo, um dos apresentadores mais populares do país, promovia o desfile de mulheres miseráveis. A mais infeliz, escolhida pelo auditório, era proclamada “rainha por um dia”.

Nos meados da década de 90, as aberrações televisivas recrudesceram na televisão brasileira. No “Domingão do Faustão”, atores da Globo saboreavam comida japonesa servida sobre o corpo de uma modelo nua. Orientam-se por esta linha as atrações de programas como “Leão”, Gugu Liberato, etc.

O comum nesses casos é a figura do rebaixamento, operado por uma combinação insólita e exasperada de elementos heterogêneos, com referência freqüente a deslocamentos escandalosos de sentido, situações absurdas, animalidade, tidas como desarmonia do gosto.

Para Sodré (2002) associado ao disforme (conexões imperfeitas) e ao onírico (conexões irreais), está o grotesco prestando-se a transformações metafóricas, que vão ampliando o seu

sentido ao longo dos séculos. Hoje, a forma grotesca existe na natureza e no mundo à nossa volta, mostrando como ela oferece um caminho de irrupção do natural (o rústico, o pitoresco, a aberração). Presentes em antigas formas populares de diversão e sarcasmos, agora prestes a ingressarem no domínio da estética cultural.

Hoje, o grotesco, além dos programas sensacionalistas, pode ser percebido na programação da televisão brasileira através das famosas “pegadinhas”. São quadros constantes em programas de entretenimento, que fazem pessoas comuns submeter-se a situações altamente embaraçosas, garantindo parte considerável da audiência. Das páginas sensacionalistas dos jornais às revistas de fofocas com celebridades e à heterogeneidade da programação televisiva, a massa busca um espetáculo que a divirta e, ao mesmo tempo, a integre, ainda que imaginariamente, ao espaço público.

Hoje, os efeitos de montagem e de edição favorecem a dramatização contribuem para tornar mais interessante a mensagem e atrair mais facilmente o telespectador, pois o êxito de um programa está aferido pelo índice de audiência, ou seja, quanto maior for o público, maior é o sucesso. É exatamente nessa mentalidade que está inserida a comunicação do grotesco.

Na televisão, como a norma geral é atingir o maior público possível, as mensagens são empobrecidas ou reduzidas ao suposto denominador comum (...). No Brasil, o empobrecimento ou a banalização da mensagem televisiva decorre, na verdade, da incapacidade do comunicador entender a verdadeira natureza do veículo. (SODRÉ, Muniz, 1975: p.64)

A televisão de massa é considerada como um fator de “embrutecimento”, para não dizer de alienação, quando comparada com as mídias individualizadas. Evolução paradoxal, pois os pioneiros, na década de 1950, desejavam fazer da televisão um instrumento de democratização da cultura. Era a época em que se debatia cultura popular e democratização da cultura. As relações entre televisão e cultura nunca foram boas, mas hoje estão piores do que nunca. Embora as elites

não sejam responsáveis pela diminuição de qualidade dos programas, nas duas últimas décadas, elas não se opuseram a esse movimento, como são capazes de fazer em outras áreas culturais nas quais se sentem envolvidas.

De qualquer modo, a televisão brasileira apresenta uma mistura entre a cultura popular, a cultura de elite, a ciência e o senso comum. Dessa mistura podemos observar o aparecimento, em vários programas televisivos, do cidadão comum, que se presta para ilustrar, decorar e movimentar diversos programas. Mas, se por um lado o cidadão comum se mostra na TV, muitas vezes de forma simples e até ridicularizado, por outro, o Brasil começa a se ver na TV.

3 UMA ANÁLISE REAL DO “ESPETÁCULO” *CASOS DE FAMÍLIA*

Nesse capítulo vamos analisar um caso empírico de como a mídia tornou-se palco de exibição do cotidiano, das dores das pessoas comuns e de como a vida íntima e privada são temas recorrentes na programação televisiva.

Para construir esse capítulo, gravamos cinco edições de um programa televisivo e fizemos uma planilha de cada uma delas gravado, buscando detalhar tudo que estar envolvido dentro do espaço destinado à sua realização. Detalhamos desde o cenário até o comportamento dos personagens que participam dos programas, contando suas histórias e seus dramas familiares.

À luz das teorias apresentadas no capítulo 1 e 2, vamos analisar o programa *Casos de Família*, exibido no Sistema Brasileiro de Televisão (SBT).

3.1 O Programa *Casos de Família*

O programa *Casos de Família*, apresentado pela jornalista Regina Volpato, é um “*talk show*” que retrata a vida dos cidadãos comuns. Exibido no Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), de segunda a sexta-feira com uma hora de duração (16h45 às 17h45), o programa não é ao vivo e, pela repetição da platéia, certamente gravam-se vários programas num mesmo dia. Além disso, há indícios de que o programa é editado com alguns cortes para a versão que vai ao ar.

Para compreendermos um pouco as características do programa *Casos de Família*, faz necessário descrever a emissora que o apresenta. Criado por Silvio Santos em 19 de agosto de 1981, o SBT sempre teve uma programação variada voltada para as classes C e D. Na década de 80, por exemplo, a emissora veiculava desenhos animados pela manhã, programas populares à

tarde - na linha mundo-cão como “O Povo na TV” -, filmes e shows à noite. O gosto por programas populares sempre existiu na emissora e, em 1998, essa preferência ficou ainda mais perceptível com a contratação do apresentador Carlos Massa, o Ratinho, reconhecidamente apresentador de programas popularescos.

De 1998 a 2004, o *Programa do Ratinho* sempre esteve associado às mazelas sociais e ao grotesco. Os animadores de palco eram inspirados em personagens de circo, como a mulher barbada, um palhaço deficiente, um gordo vestido de mulher, dentre outros. Nessa época, o programa ficou muito conhecido devido ao quadro “Teste de DNA”, no qual um casal procurava o programa para verificar a paternidade do filho perante todo o Brasil. Dependendo do resultado, aconteciam brigas entre os participantes, discussões, e até mesmo agressões. Este fato comprova as teorias discutidas por Muniz Sodré (1975 e 2002) no capítulo 2 desta pesquisa, quando ele menciona que de todas as vertentes da arte, a TV é a que dá mais visibilidade ao grotesco, pelo simples fato deste veículo ser uma prática de massa de grande público.

Hoje, o *Programa do Ratinho* teve sua linha editorial alterada, passando do grotesco para um programa de auditório com jogos, diversões e prêmios em dinheiro. O único programa no SBT dentro da linha popular que envolve o drama das pessoas é o programa *Casos de Família*.

Em relação a estes programas considerados popularescos, o professor e pesquisador em comunicação Laurindo Leal Filho, em entrevista concedida à revista Carta Capital na edição de 30 de março de 2005, fez a seguinte reflexão: “Vejo que a tevê incorporou um rebaixamento de expectativas de grande parte da sociedade. Isso pode ser cíclico, mas acredito também que estejamos num ciclo um pouco mais duradouro, que vem desde o meio dos anos 90”.

Como afirma o autor Muniz Sodré (2002), é exatamente nos meados da década de 90, que as aberrações recrudesceram na televisão brasileira. Hoje, é comum a figura do rebaixamento, operado por uma combinação insólita e exasperada de elementos heterogêneos, com referência

freqüente a deslocamentos escandalosos de sentido, situações absurdas, animalidades, tidas como desarmonia do gosto.

3.2 Características do programa Casos de Família

Os principais anunciantes do programa *Casos de Família* são: Tele-Sena, Casas Bahia, Banco Pine, Portal UAI, Baú da Felicidade, Banco Cruzeiro do Sul, Banco BMC, Unibanco, Banco do Brasil, Parque Renascer (Cemitério), Luzitar Mudanças, Companhia do Sofá e Gávea Empreendedora. Desses anunciantes percebemos que grande parte faz parte da vida social do cidadão comum, são empresas mais acessíveis ao bolso e ao padrão de vida deste cidadão. Ou seja, desde ao programa até os anunciantes tudo está de certa forma envolvido ao popular, ao comum.

Por ser um programa que retrata os dramas e experiências vividas por várias famílias brasileiras, o programa *Casos de Família* tem um cenário que lembra um espaço familiar, onde geralmente a família se reúne ou para assistir televisão ou para discutir problemas e situações que estão enfrentando. O cenário do programa lembra uma sala de estar de uma residência familiar comum e também um palco de teatro, ou mesmo um espaço para terapia de grupo.

O espaço é grande, descontraído, confortável e alegre. Um ambiente propício para os personagens se sentirem à vontade para exporem seus dramas familiares e de certa forma de ridicularizarem perante todo o Brasil, objetivo central desse tipo de programa, como é o caso de *Casos de Família*, que visa o rebaixamento do cidadão comum, o grotesco estampado da maneira mais aberta e escancarada possível.

As paredes são pintadas de amarelo. A do fundo é ornamentada por seis quadros com ilustrações de paisagens e de pessoas. Nas paredes há também algumas prateleiras com objetos de

decoreção (jarros, vasos, porta-retrato e luminárias). Do lado direito e esquerdo do palco tem uma porta. A passagem do lado direito é decorada com um jarro de planta e mais três quadros. Os primeiros participantes do programa entram pela porta da direita e os últimos entram sempre pela porta da esquerda. Normalmente, as participações variam entre três a quatro duplas (marido-mulher, namorado-namorada, mãe-filha, irmão-irmã), ou seja, sempre personagens familiares.

Quando o programa começa, duas cadeiras já estão postas no palco. As restantes vão sendo colocadas na medida em que os outros personagens vão sendo chamados. No chão há um tapete vermelho. O palco possui apenas um degrau. Todo o ambiente é decorado com plantas e quadros, no fundo da platéia e nas laterais têm pequenos quadros e do lado direito mais próximo à platéia tem um outro vaso com planta.

A platéia, que também compõe o cenário, fica sentada durante todo o programa, exceto na hora em que alguém se dispõe a fazer perguntas - há um bloco que é destinado apenas para a participação dessas pessoas. As cadeiras da platéia são de ferro pintado de preto. A apresentadora fica acomodada em um banco marrom com almofada branca, dos convidados é uma cadeira marrom com almofada rosada.

O programa é estruturado em cinco partes. Na primeira, é feita a abertura, realizada pela apresentadora. Ela aparece do lado direito do cenário e fala um pequeno texto sobre o tema do dia. Vale ressaltar que a câmera começa aberta – mostrando todo o cenário – e aos poucos vai fechando o enquadramento, até mostrar apenas o rosto da apresentadora. Nesse texto ela tenta atrair a atenção do telespectador deixando no ar interrogações que o levem a refletir sobre o assunto, como por exemplo: “Sua mãe não quer revelar quem é o seu pai, você vive com esse vazio no coração desde criança e não sabe por que ela resiste tanto em dizer a verdade sobre a sua origem. Ela diz que não fala para poupar você de mais um sofrimento e não entende porque você

necessita tanto ter essa referência. Você acredita que tem o direito de saber e não vai desistir enquanto não desvendar todo esse mistério sobre a sua família”.²

Nesse texto de abertura, percebemos que, de certa forma, a apresentadora tenta chamar a atenção do telespectador apelando para o lado emocional, sentimental do tema que será discutido ali. Como observado várias vezes no capítulo 2, a televisão infelizmente possui o caráter de construir e destruir imagens, fatos e versões de acordo com seu interesse e a dramatização e a banalização, hoje é uma das metas desse sistema de vídeo. Por meio desses dois pontos, é possível tornar mais instigante a mensagem e atrair mais facilmente o telespectador, pois o sucesso de programas como *Casos de Família* está aferido na audiência. E é exatamente nessa mentalidade que a comunicação do grotesco está inserida.

Logo depois da abertura, é exibida a vinheta do programa. Essa vinheta é ilustrada com várias fotos da apresentadora com os filhos, no trabalho, com a família, se divertindo, com os cachorros, em casa. Novamente remetendo à idéia de que o programa é um espaço familiar, que, ao mesmo tempo em que, expõe dramas vividos pelos personagens ali presentes tenta orientá-los.

Quando termina de rodar a vinheta, inicia então a segunda parte do programa que podemos classificar também como primeiro bloco. Neste primeiro bloco, a apresentadora já está sentada de costas para a platéia e de frente para os convidados. A apresentadora lê a ficha e chama os convidados.

No primeiro bloco, geralmente, são apresentados dois casos. Quando um deles gera muita polêmica (casos de alcoolismo, droga, prostituição, brigas, agressões físicas...) o tema vai se desdobrando durante todo o bloco e conta com várias intervenções da platéia, que se manifesta fazendo perguntas e críticas aos convidados.

² Programa gravado no dia 13/04/05 (terça-feira). O tema discutido nesse dia foi “Minha mãe não quer revelar quem é meu pai”.

No segundo bloco são apresentados mais dois casos. Mas o número de casos mostrados no programa não é fixo, variando de edição para edição. No dia 12/04/05 (segunda-feira), por exemplo, o programa apresentou três casos (três casais – 6 participantes) que debateram sobre o tema “Minha mãe não se acerta com ninguém” e no dia 14/04/05 (quarta-feira) foram apresentados quatro casos (quatro casais – oito participantes) que debateram sobre o tema “Quero me casar no papel”. Neste bloco a platéia participa direcionando perguntas ao caso que mais lhe chamou atenção.

No terceiro bloco é analisado mais um caso do mesmo assunto tratado naquele dia, também contando com a participação da platéia. Já no quarto bloco o programa abre espaço para a participação da platéia, que faz mais perguntas, e para a análise de uma psicóloga convidada para o programa. A participação da psicóloga, acontece sempre no último bloco, depois da participação de todos os personagens. Quando a profissional apresenta o seu parecer sobre o tema discutido, referindo-se a cada um dos casos narrados, a apresentadora também coloca a sua opinião em relação a todos os discursos proferidos pelos personagens e dá sugestões a eles. Depois disso, ela agradece a todos os convidados, a platéia, aos espectadores pela participação e encerra o programa.

Importante apontar que nessa hora os movimentos das câmeras intercalam-se entre a apresentadora e os personagens do programa. No decorrer de toda a edição, poucas vezes a apresentadora fica de pé, normalmente ela só se levanta quando a platéia faz perguntas. À exceção do programa “Minha mãe não quer revelar quem é o meu pai”, gravado no dia 13/04/05 (terça-feira). Neste dia em particular, devido ao choro das participantes Cláudia e Teresa, várias vezes a apresentadora saiu do seu lugar para ir até ao palco acalmar as convidadas.

Regina Volpato também utiliza dois tipos de microfone. O de mão, para direcionar à platéia para que façam perguntas, e o microfone de lapela que é usado pela apresentadora em

todo o programa. Os participantes usam microfones apenas na hora em que ela chama a platéia a fazer perguntas, mesmo assim o microfone fica o tempo todo em sua mão.

3.3 Temas

Os temas abordados estão diretamente ligados à família, como a mãe que não consegue se acertar com homem nenhum (programa do dia 12/04/05), a mãe que não quer revelar a paternidade do filho (programa do dia 13/04/05), o casal que vive junto, mas não são casados e um dos parceiros quer casar legalmente e o outro não aceita (programa do dia 14/04/05), o marido que implica com a melhor amiga da esposa (programa do dia 15/04/05), a mulher que viveu durante vários anos com o marido sendo traída (programa do dia 16/04/05).

Além desses temas que foram abordados durante a semana de análise, percebemos que as questões que envolvem alcoolismo, droga, brigas, espancamentos e traições estiveram sempre ligadas aos discursos dos personagens, mesmo que esses não fossem o tema principal abordado.

Observando os assuntos que foram expostos nos programas analisados, é possível perceber que o tema proposto pela indústria cultural não passa de uma mercadoria sem valor, como relata o autor Edgar Morin (1974). A cultura de massa não está preocupada com a qualidade de seu produto e muito menos com o indivíduo particular, ela preocupa com o público, principalmente a TV aberta que apresenta mais e mais programas de baixo nível. Daí a necessidade da televisão generalista colocada por Wolton (1996), uma TV que segundo ele está apta e preparada para oferecer um modelo democrático em programas que refletem a heterogeneidade social e cultural de uma sociedade.

Os temas que mais geraram polêmica durante o programa foram o do dia 13/04/05 “Minha mãe não quer revelar quem é o meu pai” e o do dia 16/04/05, “Vivi anos sendo traída”.

Dentro desses temas os fatores mais mencionados pelos personagens foram: bebida, drogas e traição.

Outro dado relevante é que os temas no programa sempre trazem, de certa forma, a mulher como vítima da situação. Dificilmente, é apresentado um caso em que o homem seja o principal interessado na situação que está sendo discutida, ou seja, geralmente é a mulher que foi traída, é a mulher que não consegue se relacionar de forma duradoura com um homem, a mulher que é abandonada.

O gosto pelo grotesco, pelo ridículo, faz a televisão de massa ser considerada como um fator de empobrecimento e de alienação. A representação, o espetáculo difundido nesses programas, faz o cidadão comum descer ao chão, a se colocar em uma situação constrangedora, praticamente humilhante.

3.4 Características dos personagens

Os protagonistas - personagens de cada uma das histórias relatadas - são pessoas comuns, aparentemente simples, humildes, de classe social baixa e, geralmente, com poucos anos de estudo. Muitos falam de forma coloquial, por exemplo: *ele queria uma muié (...); ele era muito munherengo (...); tive muitos problemas (...); ele tem um monte de fïu (...); a gente gostamos dele, todo dia nois briga .*³ Várias vezes é possível notar o uso excessivo de gírias como: *sou muito comunicativa com as pessoas, cê entende né (...); a gente se envolve né (...); tem muita gente que não presta né, namorei com ele dois anos né, e ele namora comigo e com várias outras*

³ Falas da personagem Antonieta de 54 anos que participou do programa no dia 12/04/05 (segunda-feira), cujo o tema era: “Minha mãe não se acerta com ninguém”.

*né. Poxa velho, todo mundo da minha rua sabe menos eu, ninguém merece viver nessa dúvida, cê entende (...).*⁴

Estes personagens, considerados como cidadãos comuns, encaixam-se dentro da questão discutida por José Murilo Carvalho (2001), quando ele afirma que muitos homens ainda não usufruem da cidadania plena. De acordo com as idéias do autor expostas no capítulo 1, ser cidadão não é apenas ter direito ao voto, às decisões políticas, à assistência médica, à moradia e à educação. A partir do momento que o cidadão e seus dramas são colocados como forma de entretenimento e banalizados perante todo o Brasil, isso é uma atitude contra o conceito mais formal de cidadania.

Por mais que a pessoa que esteja ali presente seja encarada como personagem, ela ainda é vista como um cidadão. Pois não tem como separarmos o personagem do cidadão, os dois são as mesmas pessoas e fazem parte de um mesmo contexto social.

É possível notar também que a maioria dos participantes é de raça negra. Muitos aparecem mal vestidos, usam roupas esportes, dificilmente uma mulher aparece maquiada. No caso dos homens houve a participação de um personagem desdentado e de um outro como se estivesse abandonado, pois estava com a roupa amassada, cabelo grande, barbudo, com um aspecto de mal cuidado⁵. O que dá impressão que realmente se trata de pessoas pobres, que tiveram poucas oportunidades na vida.

A idade dos participantes varia muito, de acordo com o tema que irá ser abordado no dia, às vezes se trata de mãe e filha, de esposa e marido. Portanto, não tem uma faixa etária comum entre todos os programas analisados.

⁴ Falas dos personagens Neli de 54 anos e Jonathan de 14 anos. A primeira participou do programa no dia 12/04/05 (segunda-feira), sendo o tema “Minha mãe não se acerta com ninguém” e o segundo participou no dia 13/04/05 (terça-feira), cujo tema era “Minha mãe não quer revelar quem é o meu pai”

Uma outra questão que pode ser analisada em relação a esses convidados é a forma como cada um se comporta no programa. Alguns se sentem bastante à vontade ao mencionar o seu próprio caso, alguns deles, por exemplo, chegaram a rir de sua própria história, várias vezes, riem também do depoimento do acompanhante que está com ele, sem falar que, alguns deles ficam dispersos durante o desenrolar do caso, não prestam a atenção necessária.

Esse é o caso de Guiomar, 34 anos, que participou do programa no dia 12/03/05 (segunda-feira) com o tema: “Minha mãe não se acerta com ninguém”. Guiomar ria e satirizava a todo o momento da história contada pela própria mãe. Outro exemplo é do João, 33 anos, que participou do programa no dia 14/04/05 (quarta-feira) com o tema: “Quero me casar no papel”. João ficou totalmente disperso no programa, ele prestava mais atenção no cenário do que no tema que estava sendo discutido. Ele próprio falou pouco da sua história, quando sua esposa falava, ele ria ou olhava para os lados como se estivesse admirando aquele espaço onde estava. Outros se sentem tão bem que chegam até mesmo a expor situações constrangedoras, como fez Jair, 49 anos, ao afirmar que acha que a esposa de 47 anos tem um caso amoroso com a amiga, pois as duas só andam juntas.

Nestes programas popularescos a vida privada e pública se tornam um só elemento. Como diz Bucci (1997) esse espaço no Brasil começa e termina nos limites postos pela televisão. Enquanto uns se sentem à vontade como se estivessem em um local descontraído conversando com os amigos, outros se sentem muito tímidos e extremamente sem lugar, como Wagner, 27 anos, que só respondia à questões levantadas pela apresentadora com monossílabas.

⁵ Esse caso é visto nos personagens Ely de 36 anos e Jair de 49 anos que participaram do programa no dia 15/04/05 (quinta-feira) dentro do tema “Ele implica com a minha melhor amiga”.

Muitos personagens se exaltam quando vão falar sobre seu caso. Alguns se emocionam, choram, outros riem, xingam, ficam revoltados, brigam e alteram o tom de voz. Estes exemplos são observados nos depoimentos de Cleusa, Neli, Rosana, Cláudia, Teresa e Ely.

A Cleusa, 47 anos, participou do programa no dia 12/04/05 (segunda-feira) no tema “Minha mãe não se acerta com ninguém”. Ela se emocionou com o conselho de um participante da platéia e começou a chorar. Neli, 54 anos, participou do programa neste mesmo dia, aproveitou o momento e desabafou, expôs tudo o que sentia. Ao mesmo tempo em que ela xingava os homens com que se relacionou, ela brincava e, até mesmo, ironizava a sua própria história. Neli se exaltou várias vezes durante o programa, falando muito alto e xingando. Ely, 36 anos, por sua vez, participou do programa no dia 15/04/05 (quinta-feira) com o tema “Ele implica com a minha melhor amiga”, teve um comportamento agressivo durante o bloco em que falou. Toda vez que alguém da platéia interferia em seu discurso, criticando suas atitudes, o personagem agia de forma rude e grosseira. Ely, por estar muito à vontade naquele ambiente, não se hesitou em falar alto, gritar e expor a sua mulher perante todos.

Rosana, Cláudia e Tereza participaram do mesmo programa no dia 13/03/05 (terça-feira) cujo tema era “Minha mãe não quer revelar quem é o meu pai”. Rosana, 40 anos, se emocionou várias vezes ao falar sobre a sua história e chegou até mesmo a engasgar enquanto falava, principalmente quando mencionava o fato de ter se envolvido com prostituição para poder criar a filha. Cláudia e Teresa, filha e mãe respectivamente, também se emocionaram com a situação vivida por elas e choraram repetidas vezes. A filha, 34 anos, chorou quando começou a dar seu depoimento, e a mãe, ao ver a filha em prantos, também chorou. As duas se abraçaram, tentaram se entender e chegaram até mesmo a discutir durante o choro.

É possível perceber que no programa, há uma tendência de apresentar uns personagens como vilões e outros como mocinhos. No programa que discutiu o tema “Quero me casar no

papel”, por exemplo, a pessoa que queria se casar foi colocada na situação de mocinha e a que não queria, como o vilão da história. Esse aspecto revela um certo maniqueísmo e uma tentativa de dramatizar o programa, tornando-o mais atrativo para o telespectador.

Na verdade, o cidadão comum é apresentado nesses programas como um personagem de teatro, numa encenação de terapia simplificada. Tudo é construído como forma de espetáculo, como uma peça teatral, ora o personagem ri e se diverte, ora chora, xinga e briga. Não deixa de ser um espetáculo armado, como relata o autor Eugênio Bucci (1997).

3.5 História dos Personagens

Assim como o discurso, as histórias vividas pelos personagens são bastante comuns. No caso das mulheres, o que se pode perceber é que todas têm um passado semelhante. Geralmente, são pessoas que nasceram em uma família pobre, tiveram poucas oportunidades na vida para estudar e trabalhar e desde novas, a partir dos 12 anos, começaram a se envolver com homens. Como a personagem Cláudia, 34 anos, que engravidou aos 14 anos.

A maioria engravidou e se viu abandonada pelo parceiro. Muitas se prostituíram para garantir o sustento do filho, como a personagem Rosana, 40 anos, que foi abandonada pela família por ter engravidado e para cuidar da filha teve que se prostituir. Além disso, são mulheres que durante a vida se envolveram com vários homens, muitos deles alcoólatras, viciados em drogas, com um passado, às vezes, mais traumático do que o delas próprias. Elaine, 19 anos, e Aparecida, 45 anos, foram várias vezes agredidas pelos maridos bêbados.

Algumas mulheres, por exemplo, casaram quatro vezes e em nenhum dos casamentos conseguiram ser felizes. Às vezes são traídas, são usadas e até trocadas por outro homem. Esses fatos foram revelados no depoimento das personagens Cleusa, de 47 anos, que teve vários

relacionamentos traumáticos. No primeiro casamento ela foi abandonada pelo marido por causa de um homem e em suas outras experiências, a bebida sempre esteve envolvida na história, causando situações desagradáveis e constrangedoras para ela, para toda a família e até para os vizinhos. E também no depoimento de Aparecida, 45 anos, que participou do programa no dia 16/04/05 com o tema: “Vivi anos sendo traída”. Segundo a personagem, que foi casada três vezes, em todos os relacionamentos ela foi traída pelos maridos.

Em relação aos homens, assim como as mulheres, eles também são pessoas que tiveram poucas opções na vida. Geralmente, são homens que não permitem que a mulher trabalhe fora para ajudá-los no sustento da família. Exemplo este revelado pelo personagem Wagner, que não aceita que a mulher arrume um emprego. Ele argumenta que o lugar dela é dentro de casa, cuidando dos filhos e da casa.

No caso das filhas, que também participaram do programa, são meninas que tomaram o mesmo exemplo da mãe e engravidaram cedo, mas que ao contrário delas tiveram apoio familiar. Algumas, como Patrícia de 20 anos, revelaram que a vida que levam é totalmente diferente da que as suas mães viviam. Patrícia casou-se apenas com um homem e vive com ele até hoje, se dão bem e não enfrentam problemas como traição e bebida dentro de casa. Relacionam-se bem com os filhos e levam normalmente a vida de dona de casa, apesar da pouca idade e da pouca estrutura familiar que tiveram.

Nesse tópico, percebemos que a vida pública e a vida privada se tornam uma coisa só, misturadas em dramas apresentados no programa.

3.6 Análise da Platéia

A platéia é composta em sua maioria por pessoas mais pobres e com pouco estudo. São pessoas que também falam de forma coloquial e se vestem de forma simples. A platéia é formada por indivíduos de várias faixas etárias e de vários estilos, jovens, adultos, idosos, homens, mulheres, travestis. Pessoas de profissão também diferentes, desde donas de casa a comerciantes e professoras. Em relação à raça também é bem variada, não há homogeneidade.

O público participa de forma ativa em praticamente todo o programa. Apenas quando o assunto gera muita polêmica é que não dá tempo do público fazer perguntas. Mas, o programa reserva um espaço dedicado aos questionamentos dos convidados da platéia. O discurso usado entre eles varia muito, alguns tentam ajudar através de conselhos, outros já agem criticando, debochando e muitas vezes até mesmo agredindo um dos personagens do programa.

É comum uma pessoa da platéia, ao fazer a sua pergunta, acabar colocando que ela também passa por situação semelhante dentro de casa. A apresentadora muitas vezes aproveita a participação para então entrevistar aquela pessoa sobre seu caso e também para comparar um problema com o outro e, de certa forma, tentar fazer com que essa pessoa da platéia exponha para o personagem o que ela fez para reverter a situação na qual vivia.

Outro aspecto que podemos destacar é que muitas pessoas da platéia também incorporam o papel de psicólogos, tentando apresentar e traçar caminhos e possibilidades para os convidados do programa. Assim como a psicóloga, o público tenta analisar e encontrar uma solução mais eficaz para o problema gerado dentro da casa do personagem.

Pelo fato do programa não ser ao vivo e de gravarem vários programas num mesmo dia, às vezes uma mesma pessoa da platéia participa em programas diferentes.

3.7 Discurso da Psicóloga

O programa *Casos de Família* conta com a orientação da psicóloga Anahy D'Amico. A psicóloga tem como tarefa analisar cada caso individualmente e depois fazer uma revisão geral de todos os casos apresentados durante o programa, com exceção do dia 13/04/05 (terça-feira) em que o tema do programa era “Minha mãe não quer revelar quem é meu pai” em que a psicóloga analisou todos os casos em conjunto. Isso devido o tema ter gerado muita polêmica entre todos os presentes e o tempo dedicado para a psicóloga ter sido reduzido. A psicóloga dá o seu parecer sobre as atitudes dos convidados em relação à situação exposta, tentando, de certa forma, orientá-los a tomarem determinada atitude.

Anahy aparece no último bloco, sentada junto à platéia, como se ela fosse parte da mesma. O discurso dela é sempre o mesmo, buscando a conciliação e dando conselhos razoáveis. Mas, às vezes ela acaba se excedendo, como no programa do dia 13/04/05, com o tema: “Minha mãe não revela quem é meu pai”. Nesse dia, a psicóloga foi dura com todas as mães do programa, dizendo que todas elas, sem exceção, não passavam de mulheres egoístas que fazem o filho pagar por um erro que elas próprias cometeram.

O papel desempenhado pela psicóloga é tentar apaziguar os conflitos e tentar aconselhar. Na maioria dos programas, ela analisa caso por caso, dá sua sugestão e faz sua crítica. Já em outros ela dá um parecer para todos, analisa em conjunto todos os casos ali expostos e tenta chegar a uma mesma conclusão.

3.8 Discurso e Postura da Apresentadora

A apresentadora Regina Volpato começou sua carreira na televisão como repórter da Fundação Roberto Marinho. Após essa experiência, recebeu convite da Rede Bandeirante para integrar o time de jornalistas da casa. Regina Volpato foi trabalhar como âncora do canal de notícias *Band News*. Hoje, ela conduz o programa *Casos de Família*, no Sistema Brasileiro de Televisão.

O papel da apresentadora é o de dirigir a cena, monitorar as falas, organizar o tempo de cada um e permitir a participação do público. Regina Volpato tem uma atitude tranqüila, mas firme, de quem comanda um grupo.

Ela tenta aconselhar os casos mencionados. Antes de dar seu parecer final, Regina busca desvendar a história dos personagens de seu programa, perguntando, por exemplo, dados sobre a infância da pessoa até os dias atuais, tentando resgatar os verdadeiros motivos que a levaram estar ali a vir a contar os problemas que está vivenciando no momento.

A apresentadora não tem uma postura imparcial e objetiva, pelo contrário. No programa sobre a mãe que não quer revelar quem é o pai da criança, ela criticou várias vezes a postura de certas candidatas, chegando a ironizar e debochar da atitude das mães. No segundo bloco, por exemplo, em que foi analisado o caso da filha Cláudia e de sua mãe Teresa, a apresentadora chegou a discutir com Teresa chamando-a de egoísta.

Outra postura que Regina Volpato incorpora também é a de amiga e mãe de todos. Neste mesmo programa de paternidade ela chegou a acalentar várias vezes a filha Cláudia quando esta entrou em crise de choro. O mesmo papel ela adotou com a mãe Teresa que em um determinado momento também chorou. Ou seja, ao mesmo tempo em que ela critica um determinado

personagem, ela também tenta transparecer que está ali para ajudá-lo a resolver o problema tornando a vida dessa pessoa melhor.

CONCLUSÃO

Esta pesquisa analisou, a partir do entendimento sobre os conceitos de cidadania, da cultura de massa e do senso comum, como a imagem e a história de vida do cidadão comum são utilizadas para a construção de personagens, que são apresentados em programas televisivos de caráter popular.

Cidadania, segundo José Murilo Carvalho (2001), é um direito ainda a ser conquistado. Dito de outra forma, ser um cidadão pleno não é apenas ter o direito de voto, ter o direito de ir e vir. Mais que isso, a cidadania implica no usufruto das mesmas condições. O cidadão, segundo o autor, terá uma cidadania plena quando atingir a igualdade social, por exemplo, situação ainda não existente no país. Para a autora Evelina Dagnino (1994), a expressão cidadania, embora seja disseminada por toda à parte e apropriada por todos, não é de fato vivenciada pelos indivíduos. Ela caracteriza a cidadania como sendo uma estratégia política: o conceito expressa e responde atualmente a um conjunto de interesses, desejos e aspirações de uma parte significativa da sociedade.

Articular cidadania e cultura de massa é ainda mais complexo, visto que a cultura de massa é apontada pelos autores pesquisados como sendo uma mercadoria, com vistas apenas para o lucro. Os estudiosos baseiam suas observações no critério de que a televisão, principalmente a brasileira, busca alcançar maior audiência para garantir verbas publicitárias, logo, o lucro. No entanto, a grande crítica situa-se no fato de que uma das estratégias mais utilizadas para a conquista do gosto do público por determinado programa ou emissora é a exibição de programas cujo foco é a espetacularização do drama humano. Portanto, o perfil de alguns programas encaixa-se no conceito de *popularesco*.

A maioria dos programas populares afasta-se dos debates científicos e se aproxima do senso comum, do que o indivíduo fala e pensa. O senso comum, conforme colocado no capítulo 2 desta monografia, é tudo aquilo que, de certa forma, está ligado ao nosso cotidiano, aos valores baseados em costumes, lendas e religião. O que nos permite dizer que o senso comum reforça a construção do imaginário do cotidiano. A cidadania, ainda que decifre de forma científica o avanço da sociedade e suas relações mais formais, traz também elementos da vida cotidiana.

Para relacionarmos esses aspectos teóricos, analisamos um programa da emissora SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) que tem sua programação, em grande parte, destinada ao público comum, optando pela exibição de programas que atendem diretamente a este público. O exemplo escolhido foi o programa vespertino *Casos de Família*. A pesquisa pretendeu analisar como se dá a construção da imagem do cidadão comum para um personagem que compõe esse tipo de programa.

Para estudar o programa como um todo – cada um dos temas e o comportamento dos participantes, sejam a apresentadora, os convidados, a platéia e a psicóloga –, foram gravadas cinco edições veiculadas na semana escolhida para a análise. O período selecionado foi de 12 a 16 de abril.

O programa *Casos de Família* aborda sempre temas ligados ao cotidiano das pessoas, principalmente, vivenciados por indivíduos de baixa renda. São, em geral, convidadas pessoas que possam apresentar discursos semelhantes, uma vez que, os históricos de vida são bem parecidos. Trata-se de pessoas simples cujo universo é rodeado por problemas, especialmente relacionados ao abuso de álcool, drogas e à violência doméstica, e que vêm nesse tipo de programa uma forma de serem ajudadas sobre como resolver as questões que as afligem.

Essa pesquisa apontou que os personagens apresentados em *Casos de Família* são criados com base no perfil dos convidados do programa, que, ao relatarem seu histórico de vida, remetem

à idéia de indivíduos que fazem parte das classes médias C e D. Embora os temas do programa variem a cada dia, os personagens apresentam características semelhantes, observadas, sobretudo, em suas falas, em seus comportamentos e discursos. O estudo observou também que os convidados são incitados a expor sua trajetória de vida devido às intervenções da apresentadora, que age como se fosse uma diretora de cena.

Em relação ao grotesco, apesar do programa ter uma aparente civilidade (as pessoas falam baixo, raramente há brigas), as falas revelam situações íntimas, chegando, às vezes, resvalar o grotesco. O gosto por este formato editorial não só se tornou popular entre as emissoras como também é considerado um tipo de entretenimento. A dualidade é evidente. A partir dos temas analisados, observou-se que, por um lado, os dramas apresentados distraem e divertem o telespectador, por outro, expõem de forma grosseira as intimidades dos convidados, tornando-os figuras públicas nas sociedades das quais pertencem.

No entanto, é importante considerar que os personagens ali presentes vêm no programa não um palco para dramatização e banalização de seus dramas familiares e sim como meio de ajuda, uma vez que não têm oportunidade para freqüentar uma terapia profissional. Além disso, é por meio da exposição desse cidadão comum, que os demais indivíduos começam a se perceber, pois podem conhecer histórias semelhantes às suas.

Quanto à questão da cidadania, esse estudo percebeu que o programa *Casos de Família* oferece espaço para as queixas do cotidiano e procura mostrar que existe algum caminho para se livrar de determinada situação. Essas queixas estão relacionadas à vida privada e não se desenvolve necessariamente para um discurso mais elaborado de apelo a direitos. Mas, de qualquer maneira, os dramas pessoais são sempre recortados de elementos do coletivo e da vida social.

É fundamental, para a consolidação do processo democrático e para a construção de uma cidadania plena no país, que os meios de comunicação, principalmente a televisão, não devam trabalhar sob a lógica do mercado e na busca excessiva por verbas publicitárias e ibope. Eles devem contribuir nesse processo, apresentando programas que veiculem conteúdos informativos e educativos, disseminando o conceito de cidadania, ou seja, trabalhando em prol do cidadão e de seus direitos.

Estudos voltados para o papel da cultura de massa e, principalmente, da programação televisiva são de grande importância, sobretudo, quando esses se relacionam diretamente ao cidadão, àquele que está mais suscetível a receber produtos e mensagens de apelo mercadológico e sensacionalista. E, no momento, o indivíduo é tratado como “matéria-prima” dos programas popularescos e, quando estão na situação de telespectador – do outro lado da tela – analisam os fatos apresentados como sendo algo relacionado ao senso comum, já que os personagens estão falando de algo que está intrinsecamente ligado à vida cotidiana do telespectador.

Com esse estudo, acreditamos que os programas de apelo popular utilizam o que as pessoas vivem em seus cotidianos para oportunizar a construção de um novo caminho. Todavia, a pesquisa observou que esse não é o processo de cidadania plena apontado por teóricos. Sendo assim, o discurso para a cidadania plena é apenas utilizado para sustentar o argumento de que esses programas devem ser exibidos. E as emissoras aprovam, já que têm audiência garantida.

Com este estudo, não se teve o interesse em apontar fórmulas prontas de como o cidadão comum deve ser apresentado na mídia, especialmente a televisiva. Pelo contrário, esta análise teve como objetivo ser um ponto de partida para se entender o porquê de tais programas popularescos, como *Casos de Família*, terem tanta evidência e ocuparem espaços nobres dentro da programação de importante emissoras de televisão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGER.P.L e LUCKMANN.T. *A construção social da realidade*. Petrópolis. Editora Vozes,1985.

BRITTOS, Valério Cruz. *A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade de oferta*. In: *Comunicação e Sociedade*. São Bernado do Campo: Editora da Unesp, nº 31, 1999, p.9-34.

BRONOWSKI, Jacob. *O senso comum da ciência*. Tradução de Neil Ribeiro da Silva. Belo Horizonte, Editora. Itatiaia, São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 1977.

BUCCI, Eugênio.*Brasil em Tempo de TV*.São Paulo:Boitempo Editorial, 1997.

CARVALHO, José Murilo.*Cidadania no Brasil*. Rio de Janeiro:Editora Civilização Brasileira, 2001.

CHAUÍ, Marilena. *Convite à Filosofia*. São Paulo: Editora: Ática, 2002.

DAGNINO, Evelina.*Os anos 90: política e sociedade no Brasil*. São Paulo:Brasiliense, 1994.

MAFFESOLI, Michel. *A Conquista do presente*. Tradução de Márcia C. de Sá Cavalcante – Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

MORIN, Edgar. *Cultura de Massa no século XX: neurose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Comunicação e Cultura. A experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

SODRÉ, Muniz. *A Comunicação do Grotesco: introdução à cultura de massa brasileira*, 1975.

_____ e PAIVA, Raquel. *O império do Grotesco*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

THOMPSON, Jonh B. *A Mídia e a Modernidade – Uma Teoria Social da Mídia*. Trad. Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Ed. Vozes, 1998.

WOLTON, Dominique. *Elogio do Grande Público*. São Paulo: Editora Ática, 1996.

_____ *Pensar a Comunicação*. Tradução de Zélia Leal Adghirni. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.