

No pântano das boas intenções: o combate à “baixaria na TV” e a ética “politicamente correta”

Sylvia Moretzsohn¹

“Ele tem família, tem neto, tem filho, e é o seguinte, vai ser só bala mesmo na cabeça. A gente não tá pra brincadeira não, certo? E é só isso que eu tenho pra falar”.

A ameaça foi ao ar no programa de Gugu Liberato, o Domingo Legal, do SBT, no dia 7 de setembro de 2003, durante suposta entrevista com dois alegados integrantes do PCC (Primeiro Comando da Capital, uma organização de presidiários). Encapuzados e armados, eles diziam de suas intenções frustradas de seqüestrar o padre Marcelo Rossi (o mais midiático-espetacular dos membros da igreja católica brasileira, capaz de reunir multidões em shows religiosos ao ar livre, e que havia de fato escapado de um seqüestro dias antes) e aproveitavam para intimidar, entre outras figuras públicas, dois apresentadores de programas policiais em emissoras concorrentes do SBT.

A fraude seria logo descoberta: os ditos porta-vozes do PCC eram dois pagodeiros, pagos para fazer o papel de criminosos. A “entrevista” era, portanto, uma simulação. Uma “pegadinha”, como tantas as que proliferam nesses programas, apenas mais ousada, e que acabou resultando numa punição inédita na história da recente democracia brasileira: a suspensão do programa no domingo subsequente, além da imposição de multa.

O caso reacendeu o debate em torno da ética na mídia com os argumentos de sempre: as reiteradas declarações de rejeição à “baixaria”, a necessidade de se estabelecerem limites à atuação dos meios de comunicação – o que reavivou a eterna polêmica entre os apelos à auto-regulamentação das emissoras e a defesa da regulamentação pelo poder público – e a manifestação do receio quando ao retorno da censura. Evidenciou ainda um aspecto raramente notado nas relações entre o Estado e os apresentadores de programas populares de televisão: meses antes o presidente Lula se reunira com al-

guns deles para traçar uma estratégia de divulgação de projetos oficiais. E Gugu Liberato era um dos principais garotos-propaganda do novo governo.

Sem negligenciar essas questões, seria importante procurar perceber a discussão suscitada pelo episódio do Domingo Legal através do que ela pode informar sobre o que se entende por padrão de ética na mídia. Assim, seria possível verificar o caráter problemático da contrapartida à auto-regulamentação expressa no apelo a um controle mais rígido do Estado (ou da “sociedade civil”, referida assim genericamente), seja porque ele acaba resultando em projetos de lei cujas boas intenções freqüentemente resvalam para a reiteração de preconceitos de classe, seja porque toma como exemplar a chamada “ética da responsabilidade social”, pautada fortemente pelo apagamento das tensões sociais em benefício de uma abstrata “cultura da paz” e da promoção de uma cidadania diluída de seu sentido político original. No Brasil, a Rede Globo é o maior exemplo dessa conduta.

Definir padrões para os meios de comunicação é uma tarefa especialmente complexa, dado que a mídia atua no terreno sempre fluido da produção de sentidos, o que complica a apreciação objetiva de sua atuação. Mas será certamente relevante verificar como a defesa de preceitos éticos aparentemente inquestionáveis podem ser trabalhados ideologicamente no sentido de enfraquecer a possibilidade de formação de um senso crítico por parte do público. Tal pretende ser a principal contribuição deste artigo.

Estado e mídia, permissividade e moralismo

A permanente guerra pela audiência leva freqüentemente a excessos, nunca muito bem definidos, que fazem retornar ciclicamente a polêmica em torno da qualidade da programa-

ção na TV aberta, fornecendo pautas extensas para as capas dos cadernos auto-denominados de “cultura” dos jornais de referência, que se espantam com o festival de baixarias resultante da briga pelo Ibope. Depois tudo retorna ao seu leito “natural”, isto é, o leito do mercado, que é onde se forjam esses escândalos.

Os excessos são escrupulosamente isolados do meio que os produz, de modo a facilitar a condenação tão veemente quanto inócua. Um dos episódios mais representativos dessa situação ocorreu em julho de 1999, quando o Programa do Ratinho, um dos ícones do chamado “mundo cão”, exibiu um vídeo no qual uma dançarina tailandesa demonstrava a capacidade muscular de seu órgão sexual, que fumava, soltando baforadas, e lançava dardos.

O caso, como era previsível, gerou imediata reação do governo, que ameaçava incluir na “Lei Eletrônica de Comunicação de Massa” – em suposta fase de elaboração, e da qual não mais se ouviria falar – um capítulo proibindo a exibição de sexo e violência na TV antes das 21h30. Gerou também artigos críticos, como o de Fernando Gabeira, que, com a habitual ironia evidenciada já no título (“Se a cobra pode fumar, por que não a perereca?”)², expunha o caráter de classe daquele moralismo, destinado a privar os pobres de uma diversão sempre acessível aos mais abastados, capazes de assinar canais pagos de TV³. Fernando de Barros e Silva, então responsável por uma coluna de crítica de TV na *Folha de S.Paulo*, apontou além disso os vínculos entre aquele episódio e outros equivalentes, como a entrevista policesca com um bandido (o “Maníaco do Parque”) no Fantástico, da Rede Globo, e um particular episódio de “pegadinha” em um programa da CNT, no qual um personagem sacou de uma arma e começou a atirar, para pânico do público, que não sabia tratar-se de brincadeira.

Vaginas que fumam, tiros de festim para assustar incautos, entrevistas escabrosas para provocar terror e ódio no público, notas de dinheiro atiradas na cara de quem não tem quase nada, gargalhadas provocadas à custa da humilhação dos outros toda essa

delinquência é a conseqüência lógica da “desregulamentação” de mais um mercado. (...) Como Ratinho ou Hebe Camargo, [o governo] é ao mesmo tempo permissivo e moralista, flerta com a sacanagem (do mercado, no caso) e saca a seguir uma palavra de autoridade para atender a demanda por ordem dos conservadores⁴.

Não é só. O Estado alardeia sua indignação com o baixo nível dos programas populares, mas os sucessivos governos que o representam não hesitam em transacionar com eles: pudores éticos se desfazem diante do poder das audiências. No auge do caso que provocou a reação escandalizada do governo, Ratinho recebia do então presidente da República, em flagrante queda de popularidade, um convite para almoçar⁵; interessado em angariar apoio popular a seus projetos, como o Fome Zero e as polêmicas reformas tributária e da Previdência, o atual presidente agiria da mesma forma⁶, seguindo uma estratégia que previa também uma campanha publicitária com alguns dos mais famosos apresentadores de TV. Gugu Liberato era um dos protagonistas da campanha “Junta, Brasil”, na qual dois concorrentes na guerra pelas audiências apareciam lado a lado, unidos e exortando à união de todos “contra a fome”. Foi quando ocorreu o escândalo.

O Domingo Legal (logo rebatizado, por motivos óbvios, de “Domingo Ilegal”) levou ao ar uma fraude, mas teria certamente mais motivos ainda de ser punido no caso (improvável) de ter veiculado verdadeiramente a palavra ameaçadora de uma facção criminosa. A suspensão imposta pela Justiça gerou protestos imediatos, que acusavam ali o precedente para o retorno da censura prévia, devido à decisão de se impugnar um programa ainda não exibido, de conteúdo desconhecido. Em nota publicada pela imprensa no dia 27 de setembro de 2003, o Ministério Público Federal de São Paulo respondia com a Constituição e o Código Brasileiro de Telecomunicações⁷: não se tratava de censura prévia ao programa, mas da suspensão de “uma de suas edições, como punição pelo abuso cometido” anteriormente.

No mesmo dia, a Abert (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televi-

são), “entidade que congrega 2.874 emissoras de rádio e 319 de televisão”⁸, faria publicar nota nos jornais reiterando o repúdio à decisão judicial. Reafirmava seu “compromisso histórico com a liberdade de opinião, informação e expressão artística e cultural, insculpida na Constituição Federal como resultado da luta de toda a nação contra o fantasma da censura”, e concluía: “Ninguém, independentemente do cargo que ocupe ou do poder a que pertença, tem o direito de decidir o que a sociedade pode ou não saber, ler, ouvir ou assistir”.

Ninguém, obviamente, a não ser as próprias empresas de mídia. Que, entretanto, procuram encobrir esse poder através do argumento clássico segundo o qual a qualidade da programação está submetida às leis do mercado e, portanto, da concorrência. No fim das contas, seria o próprio público o responsável pelo que consome. Se não aprovasse a programação, as emissoras perderiam audiência.

O controle (remoto) na mão do consumidor

Esse modo simplório de legitimação a partir da aferição da preferência do público pelo que se lhe oferece já foi suficientemente contestado em pesquisas sobre os vícios metodológicos de estudos de recepção que ignoram o papel dos meios de comunicação na própria formação dessa preferência⁹. No entanto, o mito sobrevive e ganha força no contexto da “*democratic marketplace*” em que a globalização neoliberal transforma o mundo, no qual não há mais cidadãos a serem esclarecidos, mas consumidores a serem satisfeitos. A conclusão óbvia é de que não deveria haver qualquer constrangimento legal à radiodifusão, deixando-se ao mercado – isto é, aos consumidores – a definição sobre o que, “naturalmente”, será ou não aceito.

Esta é também a lógica de muitos dos críticos ao baixo nível da programação, que, contra os excessos, sugerem pura e simplesmente trocar de canal – melhor seria dizer desligar, já que não há propriamente opções de programação na TV aberta. Curiosamente, era também a opinião do então ministro das Comunicações, para quem “o melhor controle é o controle remoto”¹⁰. Pelo cargo

que ocupava, era certamente a fonte mais improvável para engrossar a recorrente suspeição quanto à ação do Estado nessa área, sintetizada pelo jornalista Fernando Rodrigues: “O risco maior à liberdade de expressão ainda está para aparecer. Sobre tudo se a TV não se auto-regular, o governo e o Congresso se investirão dessa missão. Uma temeridade”¹¹.

Temos assim uma situação *sui generis*, na qual o Estado representa ao mesmo tempo uma necessidade e uma ameaça: é essencial para ordenar a exploração do serviço, através da deliberação sobre concessões, mas é um perigo para a liberdade de expressão. Não será necessário repetir que a liberdade de expressão, nesses termos, fica nas mãos de quem define a programação; mais importante é perceber como esse raciocínio se adequa perfeitamente à lógica do Estado mínimo, segundo a qual, de controle remoto em punho, o consumidor seria o senhor da programação. Evidencia-se, aí, uma saída bem ao gosto do neoliberalismo, transferindo-se as responsabilidades do poder público para as mãos do indivíduo, em mais uma manifestação da “privatização da cidadania” apontada por Nilo Batista¹².

Auto-regulamentação ou controle social, palavras mágicas

O apelo à auto-regulamentação costuma ignorar a existência, desde 1993, do Código de Ética da Radiodifusão Brasileira, aprovado pela Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (Abert). O esquecimento pode ser hoje debitado ao reduzido alcance desse documento, já que, no início de 2002, as principais redes de televisão depois da Globo (SBT, Record e Bandeirantes) deixaram a entidade para integrar a Abratel (Associação Brasileira de Radiodifusão e Telecomunicações)¹³. Mas é provável que o esquecimento ocorra porque esse código nunca chegou mesmo a ser levado a sério, talvez pelo evidente conflito entre seus postulados e a prática cotidiana da programação das emissoras privadas.

Assim, após a costumeira declaração de boas intenções – como o compromisso de transmitir “entretenimento do melhor nível artístico e moral” (art. 5) –, o código relacio-

na o que deve ou não ser permitido, repetindo os velhos tabus a respeito de violência, prostituição e drogas, e detendo-se minuciosamente nas cenas de sexo. A referência ao contexto é formulada na preocupação de que não se faça apologia aos comportamentos condenáveis – a propósito, o homossexualismo é explicitamente classificado como um “desvio do comportamento humano” –, mas o que se entende por violência, por exemplo, fica bem claro – e, como no caso do sexo, restrito a questões formais – no detalhamento das cenas passíveis de exibição em cada horário¹⁴. É uma concepção que revela o sentido ideológico muito preciso de tomar as coisas pela sua aparência, retirando-as do contexto no qual elas podem ser interpretadas. Ao mesmo tempo, é exatamente a gratuidade das cenas o que se explora nos produtos midiáticos voltados para as camadas populares, público principal da TV aberta. Daí soar contraditória a afirmação de que “somente o regime da livre iniciativa e concorrência, sustentado pela publicidade comercial, pode fornecer as condições de liberdade e independência necessárias ao florescimento dos órgãos de opinião e, conseqüentemente, da radiodifusão” (art. 3). Pois a exploração de tudo aquilo que o código alegadamente deseja combater é o resultado lógico da concorrência levada ao extremo da guerra pela audiência a qualquer preço.

Mas o mais notável é a inversão de papéis que se promove na seqüência desse mesmo artigo: “A radiodifusão estatal é aceita na medida em que seja exclusivamente cultural, educativa ou didática, sem publicidade comercial” – isto é, sem ameaça de concorrência ali onde a iniciativa privada se garante. Assim, concessionários de um serviço público arrogam-se o direito de definir a maneira pela qual o poder concedente está autorizado a atuar nessa área.

A auto-regulamentação, portanto, é uma dessas palavras mágicas que encobrem a realidade na qual se desenvolve a disputa de mercado no campo da comunicação de massa. Mas a contrapartida do “controle social” também costuma referir-se a uma difusa representação da “sociedade civil” naturalmente virtuosa em contraposição à burocracia estatal, sugerindo um poder de fiscali-

zação disseminado pelo conjunto dos cidadãos. É o que subjaz nas propostas de atuação de muitas das organizações não-governamentais constituídas nos últimos anos com o propósito de estimular o debate sobre a qualidade da programação televisiva. Não será possível detalhar aqui esses propósitos ou investigar-lhes a possibilidade de realização, mas é preciso verificar as referências para o comportamento ético segundo as quais essas organizações trabalham.

Leal Filho, por exemplo, sociólogo e professor na USP, fundador e primeiro presidente da ONG TVer, contesta o “poder sem limites” da TV mas considera que a Abert “tem um código de auto-regulamentação de bom nível, que se colocado em prática resolveria o problema”¹⁵. Já o idealizador da campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”, Orlando Fantazzini, à época também presidente da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados, pensa que a auto-regulamentação não basta, e é ele próprio autor do projeto de lei do “Código de Ética para a Programação Televisiva Brasileira”. Observemos apenas os aspectos principais desse documento: ademais de restringir-se à televisão – excluindo, portanto, a abrangência do audiovisual –, e a par das boas intenções – a defesa dos direitos humanos, traduzida, entre outras coisas, no respeito à privacidade e à imagem pública dos cidadãos –, a proposta resvala para previsíveis preconceitos. Um exemplo é a determinação de que “a programação televisiva brasileira não permitirá a divulgação de músicas que empreguem linguagem vulgar” (art. 49, I); outro, a própria definição do que seja baixaria – “justamente aquilo que está previsto na Constituição. (...) Qualquer tipo de desrespeito ao cidadão e qualquer tipo de preconceito é considerado baixaria”¹⁶, o que, entre outras coisas, praticamente inviabilizaria qualquer programa humorístico.

O mais interessante, entretanto, é que a justificativa para o projeto começa com uma afirmação tão abrangente quanto duvidosa: “Os brasileiros querem mudar o perfil dos meios de comunicação de massa”. Em que se basearia tal certeza? Na existência de “50 entidades parceiras” (do movimento contra a “baixaria”) e nas “cerca de 2.500 manifes-

tações de cidadãos, entre e-mails e telefonemas”, dadas como prova do crescimento da “participação da sociedade civil”¹⁷. Mais importante ainda, do ponto de vista ideológico, é verificar que o próprio nome da campanha remete à sensibilização do empresariado:

uma empresa socialmente responsável não é apenas aquela que financia projetos sociais, mas também a que – ao se recusar a anunciar em programas que atentam contra a dignidade humana – promovem valores de solidariedade e de paz¹⁸.

A “ética da responsabilidade social”: contra o senso crítico

Talvez não seja demais apontar o caráter idealista dessa aposta na promoção de valores tão nobres num mundo em que os empregos – e portanto a condição concreta de sobrevivência, base para qualquer defesa efetiva dos direitos humanos— são cada vez mais precários. Talvez, exatamente por isso, as mesmas empresas que dispensam continuamente contingentes cada vez maiores de pessoas invistam tanto na imagem institucional, buscando consolidar o conceito de – “empresa cidadã”, e portanto chamando a si qualidades próprias do campo político” – o que não é de espantar, no contexto neoliberal em que se transferem para mãos particulares as tarefas de original responsabilidade do Estado. Como desdobramento, conforma-se uma auto-atribuída “ética da responsabilidade social”, segundo a qual se desenvolve uma suposta promoção da cidadania expressa mais em afetos (de que a famosa e recorrente expressão “resgate da auto-estima” talvez seja o exemplo mais eloquente) do que na capacidade de participar da vida política e, portanto, do poder. O incentivo ao voluntariado como substituto de políticas públicas de assistência – decorrente do esvaziamento do papel do Estado – é outro desdobramento dessa reconfiguração (e diluição) do sentido de cidadania.

Nesses termos, poucas empresas serão mais “éticas” e “cidadãs” do que a Globo. Legitimada internacionalmente pelo Unicef com o apoio a projetos assistencialistas como

o Criança Esperança, o maior grupo de comunicação social do país ocupa uma posição privilegiada na divulgação dos princípios que devem nortear a sociedade para um convívio harmonioso. Para isso, mobiliza todo o seu aparato midiático, dos telejornais às telenovelas e aos demais programas de entretenimento, sem que se ponham em causa os métodos utilizados para tal objetivo.

Por isso é tão significativo que, ao comentar o escândalo do “caso Gugu”, Muniz Sodré comece por uma referência ao entrelaçamento entre realidade e ficção produzido pela Globo: a morte de uma personagem da novela das oito então em exibição (“Mulheres apaixonadas”), que ganhou *status* de notícia na capa dos jornais da empresa, e a passeata pelo desarmamento, um fato real propagandeado intensamente pela mesma novela, e que contou com a participação dos atores-personagens, gravando ali cenas que iriam ao ar no capítulo seguinte. Muniz Sodré apontava assim o efeito perverso desse “curto-circuito entre imaginário e real” que provocava a debilitação da capacidade do senso comum de “fazer a distinção (...) entre o que efetivamente acontece e as simulações do acontecimento”¹⁹. Noutras palavras, o enfraquecimento da possibilidade de formação de um senso crítico.

Será particularmente relevante destacar alguns aspectos concernentes a esses dois episódios. Primeiro, a morte da personagem, por bala perdida: uma cena que, antes de ser gravada, provocou enorme polêmica entre autoridades cariocas, que argumentavam quanto ao possível prejuízo da imagem do Rio de Janeiro no exterior, o estigma de cidade violenta, etc.; a gravação (real) propriamente dita, em torno da qual tanto a novela quanto o noticiário criaram enorme expectativa, de modo que cerca de 1 mil pessoas teriam comparecido ao local da encenação; e a foto da atriz – aliás, identificada pelo nome da personagem –, com a marca do tiro fatal no peito, publicada na capa do jornal *O Globo* ao lado da foto que documentava um crime real – o assassinato de um diretor de presídio na Av. Brasil: o fato verdadeiro e a cena ficcional reunidos e embaralhados para a produção do medo social que a própria novela explorará nos capítulos seguintes, no discurso explícito dos

personagens espantados com o ponto a que chegamos em termos de insegurança. Mas não é só: a cena da bala perdida fechou o capítulo exibido num sábado, imediatamente antes do show do Criança Esperança, que começou justamente com a repetição daquelas imagens. “Realidade? Ficção? Tanto faz. O importante é você não perder a capacidade de se indignar...”, anunciava logo após, para delírio do público, o apresentador do show de caridade, ele mesmo um dos principais atores da novela.

O embaralhamento entre realidade e ficção (isso que, segundo o *script* da Globo, “tanto faz”) vem de longa data na teledramaturgia da emissora. Um marco ocorreu em fins de 1991, quando foi assassinada a atriz Daniela Perez, filha da autora da novela então em andamento: o noticiário sobre o crime seria incorporado às cenas da novela e cenas da novela ao noticiário principal da rede, para romancear as informações sobre o crime. Mas este é um caso resultante de um trágico imprevisto; a regra é a utilização desses recursos já na própria concepção da trama. Assim, em “O rei do gado”, senadores de esquerda comparecem ao velório de seu “colega” morto em consequência da luta pela reforma agrária; em “O clone”, depoimentos alegadamente reais de ex-drogados misturam-se à parte da história que trata da decadência dos personagens enlouquecidos pelo vício. Com um detalhe significativo: esses drogados da “vida real” jamais adquirem inteireza fisionômica,

são pedaços de corpos, recortes de braços e de costas, planos-detalle de nuças, rostos fora de foco; seres que, ao enveredarem pelo “caminho de perdição” das drogas, deixaram de ser sujeitos, perderam, segundo a teledramaturgia da Rede Globo, o direito de ser gente²⁰.

Associe-se agora o entretenimento à política, e o círculo se fecha: não há voz dissonante quando se trata de avaliar as “iniciativas cidadãs” da Globo²¹. O episódio Daniela Perez em “De corpo e alma” detonou uma campanha vitoriosa pelo endurecimento da Lei de Crimes Hediondos, no embalo da histeria alimentada pela cobertura

do crime; “O rei do gado” seria exaltado pelo suposto mérito de popularizar a discussão sobre a reforma agrária, não importa se o personagem líder dos camponeses optasse pela bandeira verde, recusando o vermelho simbólico do Movimento Sem-Terra, “porque vermelho é sangue e nós queremos paz”; “O clone” seria aplaudido por contribuir com a luta contra as drogas, não importa se reproduzindo rigorosamente o discurso oficial que reduz à figura do consumidor (aliás, do viciado) a responsabilidade por todo esse complexo de ramificações internacionais que envolve crime, consumo e tráfico; saudada pelas várias causas que abraçou, “Mulheres apaixonadas” chegaria ao requinte de utilizar a íntegra do hino nacional para acompanhar as cenas da passeata pelo desarmamento que fechava apoteoticamente um dos capítulos da novela. Sorte do autor que os brasileiros não cantam hinos tão impertinentes, inadequados e inoportunos como A Marselhesa ou A Portuguesa. Azar de todos nós, confrontados com uma campanha sustentada pelo símbolo máximo da identidade nacional: opor-se a ela seria uma atitude insuportavelmente impatriótica, não obstante o premiado *Tiros em Columbine*, de Michael Moore, exibido à mesma época nos cinemas, permitisse no mínimo suspeitar da associação automática entre livre comércio de armas e aumento de homicídios (ou de “violência”, como se costuma dizer genericamente).

Essa reiteração de consensos travestida de contribuição cívica para o debate em torno de temas cruciais para o país é um perfeito exemplo do que Marilena Chaui classificou de “ideologia ética”, pois

...enquanto na ética é a idéia do bem, do justo e do feliz que determina a autoconstrução do sujeito ético, na ideologia ética é a imagem do mal que determina a imagem do bem, isto é, o bem torna-se simplesmente o não-mal (não ser ofendido no corpo e na alma, não ser maltratado no corpo e na alma é o bem). O bem se torna a mera ausência de mal ou privação de mal, não é algo afirmativo e positivo, mas puramente reativo. Eis por que a ética como ideologia salienta e sublinha o sofrimento indivi-

dual e coletivo, a corrupção política e policial, pois com tais imagens ela oferece fatos visíveis que sustentam seu discurso e consegue obter o consenso da opinião: somos todos contra o Mal, porém não nos perguntam sobre o Bem porque este divide a opinião e a “modernidade”, como se sabe, é o consenso²².

Rasgando o véu das boas intenções

Não por acaso Muniz Sodré começou a análise do “caso Gugu” a partir da relação entre o real e o ficcional produzida nas novelas da Globo. Retomemos o argumento para levá-lo mais longe: a comparação entre as condenações enfáticas à fraude do Domingo Legal e o elogio entusiasmado às iniciativas “cidadãs” que utilizam o mesmo recurso de misturar ficção e realidade sugere que esse “curto-circuito entre imaginário e real” seja rejeitado apenas quando assume ares agressivos, contra a “cultura da paz”. De fato, nesses tempos em que o Estado oferece como imagem-símbolo de seu pro-

jeto de desarmamento a cena da destruição de armas de brinquedo, a mistura entre realidade e ficção é sempre saudada quando voltada para o “bem”. E o grave efeito disso tudo – o enfraquecimento da possibilidade de formação de um senso crítico – continua a produzir seus estragos mais profundos.

Mas esta é uma derivação, politicamente comprometida, das orientações castas e pias para o combate à – “baixaria” na TV. A sistemática frustração dessas tentativas, além de exigirem uma apreciação sobre as origens mercadológicas dos “excessos” na programação, estariam a impor um estudo mais aprofundado sobre a aceitação popular do que se entende por “baixaria”, de modo a escapar do preconceito de classe encoberto pelo discurso das boas intenções. A rigor, trata-se de atualizar uma antiga discussão a respeito da “cultura popular”, para o que o estudo de Bakhtin sobre Rabelais²³ é certamente uma referência central. É sobre essa base que se poderá desenvolver uma discussão sobre ética que fuja a estereótipos e contribua para a formação de um senso crítico.

Bibliografia

Bakhtin, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo/Brasília, Hucitec/UnB, 1987.

Barros e Silva, Fernando. “A pegadinha do Gregori”, in *Folha de S.Paulo*, 11 de julho de 1999.

Batista, Nilo. “A privatização da cidadania”. *Capítulo Criminológico*, Maracaibo, 2002, vol. 30, nº 4.

Caleiro, Maurício de Medeiros. “O Clone: mistificação, omissão e o marketing social como discurso totalitário”, in *Discursos Sediciosos – crime, direito e sociedade*, nº 12. Rio de Janeiro, Revan/ICC, 2º semestre de 2002, p. 325-332.

Chauí, Marilena. “Ética e violência”, in *Teoria & Debate* nº 39, São Paulo, outubro-dezembro de 1998, p. 32-41.

Carta Capital. “Globo: questão de Estado”, 1º de outubro de 2003.

Castro, Daniel. “Casal do ano apresentará Réveillon da Globo”, in *Folha de S. Paulo*, 5 de novembro de 2004.

Código de Ética da Abert. Brasília, 8 de julho de 1993.

Fantazzini, Orlando. “Projeto de lei nº 1600 – introduz o Código de Ética da Programação Televisiva e dá outras providências”, in www.tver.org.br, 2003.

Gabeira, Fernando. “Se a cobra pode fumar, por que não a perereca?”, in *Folha de S.Paulo*, 12 de julho de 1999.

Hamburguer, Esther. “O que se vê por trás do nacionalismo na TV”, in *Folha de S.Paulo*, 18 de fevereiro de 2004.

Leal Filho, Laurindo. “O poder sem controle da TV”, in www.observatoriodaimprensa.com.br, 30 de setembro de 2003.

Mattelart, Armand. *Comunicação-mundo. História das técnicas e das estratégias*. Petrópolis, Vozes, 1994.

Muniz Sodré. “A televisão encapuzada”, in www.observatoriodaimprensa.com.br, 23 de setembro de 2003.

Nunes, Letícia. “O caminho da auto-regulamentação”. Entrevista com Orlando Fantazzini, in:

www.observatoriodaimprensa.com.br, 23 de setembro de 2003.

Rodrigues Fernando. “O pior caminho”, in *Folha de S.Paulo*, 29 de setembro de 2003.

Wolton, Dominique. Entrevista a Diana Andringa. “Sinais do Tempo”, RTP, 2000.

¹ Universidade Federal Fluminense (UFF).

² Fernando Gabeira. “Se a cobra pode fumar, por que não a perereca?”, in *Folha de S.Paulo*, 12 de julho de 1999.

³ Contra essas considerações, costuma-se argumentar com a necessidade de fiscalização da TV aberta, como forma de proteger as crianças. Reitera-se aí o caráter de classe dessas boas intenções: quem conhece minimamente o cotidiano das crianças pobres, que convivem com adultos em habitações precárias, às vezes de um só cômodo, e estão submetidas à permanente tensão provocada pela carência, dificilmente ousaria utilizar tal argumento. A propósito do moralismo, note-se ainda que um dos atuais chamarizes das empresas de TV a cabo para atrair assinantes e tentar superar a crise no setor é a utilização gratuita, por um certo período, de “canais eróticos” como o Sexy Hot (NET) ou Playboy TV/Canal Adulto (TVA).

⁴ Fernando de Barros e Silva. “A pegadinha do Gregori”, in *Folha de S.Paulo*, 11 de julho de 1999.

⁵ Conforme noticiário na imprensa (por exemplo, “Mudança para estilo popular começou com Ratinho”, *O Globo*, 20/07/99; “Secretário diz que popularidade só volta com empregos” e “O marketing de FHC”, *Folha de S.Paulo*, 25/07/1999, p. 1-4).

⁶ Cf. “Quanto vale o show”, *Folha de S.Paulo*, 06/07/2003.

⁷ A Constituição brasileira obriga as empresas de radiodifusão a zelar por valores constitucionais, entre os quais a proteção da pessoa e da família (art. 221), e o Código Brasileiro de Telecomunicações (art. 53) prevê pena de suspensão, cassação e detenção para quem, entre outras infrações, “ofender a moral familiar pública, ou os bons costumes” (h), “veicular notícias falsas, com perigo para ordem pública, econômica e social” (j) ou “colaborar na prática de rebeldia, desordens ou manifestações proibidas” (l).

⁸ Essa composição mudou em outubro de 2004. Cf. nota 13.

⁹ Por exemplo, Piemme, apud Armand Mattelart, in *Comunicação-mundo. História das*

técnicas e das estratégias. Petrópolis, Vozes, 1994, p. 281-2, e Dominique Wolton, entrevistado por Diana Andringa em “Sinais do Tempo”, RTP, 2000.

¹⁰ In *Carta Capital*, “Globo: questão de Estado”, 1º de outubro de 2003.

¹¹ Fernando Rodrigues. “O pior caminho”, in *Folha de S. Paulo*, 29 de setembro de 2003.

¹² Nilo Batista. “A privatização da cidadania”. Comunicação apresentada ao seminário sobre Cidadania do Laboratório Cidade e Poder, Niterói, ICHP/UFF, em 2 de julho de 2002, e publicada em *Capítulo Criminológico*, Maracaibo, 2002, vol. 30, nº 4.

¹³ Em 22 de outubro de 2004 seria criada uma nova entidade, a Abra (Associação Brasileira de Radiodifusores), reunindo SBT, Record, Rede TV! e Band, sob a presidência desta última. O que gerou comentários irônicos, referidos por Daniel Castro em sua coluna na *Folha*: “Depois que passou a representar, das cinco cabeças de rede, a apenas a Globo, a Abert (Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e TV) passou a ser chamada em Brasília de “Aberg” (associação das emissoras da Globo). Cf. Daniel Castro, “Casal do ano apresentará Réveillon da Globo”, in *Folha de S. Paulo*, 5 de novembro de 2004.

¹⁴ “Para melhor compreensão, e consequentemente observância” de seus princípios, o código desce a minúcias formais. Por exemplo, considera livres para exibição em qualquer horário os programas ou filmes “que não contenham cenas realistas de violência, agressões que resultem em dilacerações ou mutilação de partes do corpo humano, tiros à queima-roupa, facadas, pauladas ou outras formas e meios de agressão violenta com objetos contundentes, assim como cenas sangüinolentas resultantes de crime ou acidente” (art. 15, I, a) e “que não apresentem nu humano, frontal, lateral ou dorsal, não apresentem visíveis os órgãos ou partes sexuais exteriores humanas, não insinuem o ato sexual, limitando as expressões de amor e afeto a carícias e beijos discretos” (idem, d).

¹⁵ Laurindo Leal Filho. “O poder sem controle da TV”, in: www.observatoriodaimprensa.com.br, 30 de setembro de 2003.

¹⁶ Entrevista a Letícia Nunes, “O caminho da auto-regulamentação”, in www.observatoriodaimprensa.com.br, 23 de setembro de 2003.

¹⁷ Orlando Fantazzini. “Projeto de lei nº 1600 – introduz o Código de Ética da Programação Televisiva e dá outras providências”, in www.tver.org.br.

¹⁸ Idem.

¹⁹ Muniz Sodré. “A televisão encapuzada”, in www.observatoriodaimprensa.com.br, 23 de setembro de 2003.

²⁰ Maurício de Medeiros Caleiro. “O Clone: mistificação, omissão e o marketing social como discurso totalitário”, in *Discursos Sediciosos – crime, direito e sociedade*, nº 12. Rio de Janeiro, Revan/ICC, 2º semestre, p. 326.

²¹ A propósito, note-se um aspecto suplementar na recente campanha através da qual a Globo procura fixar-se como autêntica expressão da cultura nacional, veiculando *spots* publicitários em que o tradicional slogan substitui o nome da empresa pelo do país: “Brasil, a gente vê por aqui”. Entre os garotos-propaganda da campanha figuram eminentes representantes do atual governo, como o presidente da Câmara dos Deputados e o vice-presidente do Senado, destacando justamente o marketing social da emissora. Esther Hamburger suspeita daquilo “que não se vê” nessa “onda nacionalista”: o cortejo a parlamentares como parte da busca de apoios oficiais para legitimar a desejada operação de socorro público do BNDES para alongar e nacionalizar a dívida de US\$ 1,9 bilhão da Globopar, holding das Organizações Globo, que lidera a lista de devedores entre as empresas brasileiras de mídia. Cf. Esther Hamburger, “O que se vê por trás do nacionalismo na TV”, in *Folha de S. Paulo*, 18 de fevereiro de 2004.

²² Marilena Chaui. “Ética e violência”, in *Teoria & Debate* nº 39, São Paulo, outubro-dezembro de 1998, p. 35.

²³ Mikhail Bakhtin. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo/Brasília, Hucitec/UnB, 1987.