**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA**

O RISO E A NÁUSEA
A disputa simbólica encenada em um programa de televisão

Lilian Alves Sampaio

**São Paulo
2003**

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA**

O RISO E A NÁUSEA
A disputa simbólica encenada em um programa de televisão

Lilian Alves Sampaio

**Dissertação apresentada ao Programa
de Pós-Graduação em Sociologia, do
Departamento de Sociologia da
Faculdade de Filosofia, Letras e
Ciências Humanas da Universidade de
São Paulo, para obtenção do título de
Mestre em Sociologia.**

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Miceli Pessôa de Barros

**São Paulo
2003**

A Vinícius e Gabriela

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS	5
RESUMO	7
ABSTRACT	8
Introdução	12
1. Programa do Ratinho: rupturas e continuidade	15
2. Estranho Prazer do Outro	35
O decoro	37
O deboche	51
3. Simulando e Dissimulando a Vida	59
Distinção às avessas	65
Rigidez moral e a centralidade da família	78
A cordialidade e as diferentes esferas de ação	86
4. Disputa No Ar	105
Nacionalismo e modernização	114
O campo televisivo	125
O nacional versus o moderno	144
Conclusão: A encenação do espaço público	148
ANEXOS	157
BIBLIOGRAFIA	163

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é produto de uma consciência formada a partir das experiências que acumulei em minha breve vida, mas, sobretudo, formada por um modo particular de olhar a realidade, o modo aprendido durante os nove anos de minha formação enquanto cientista social. Agradeço a todos os professores desta casa que me ajudaram a desvendar os caminhos e descaminhos da sociologia.

Agradeço, em particular, ao Professor José de Souza Martins, por ter sido o primeiro a me ensinar o que é sociologia. Ao Professor Gabriel Cohn, por ter me ensinado que a sociologia é mais do que uma disciplina, é uma forma de auto-conhecimento. Ao Professor Sérgio Miceli, por me ensinar a transcender os limites que o método científico supõe.

Agradeço à Professora Esther Hamburger, que acompanhou este trabalho desde as primeiras idéias, contribuindo com críticas e sugestões sempre pertinentes e generosas.

Agradeço aos meus amigos pelo apoio e carinho que me ajudaram a ter a confiança necessária para dar forma através da escrita a todos estes espectros que me assombraram durante muitos anos, rondando nesse espaço obscuro que é a mente.

À Encarnación Récio, companheira de todas as horas, pelas discussões que tanto me ajudaram a amadurecer as reflexões aqui presentes.

À Veridiana Carvalho, amiga eterna, pela ajuda no *abstract*.

À Patrícia Dias De Rossi, minha primeira parceira intelectual, pelas palavras que me estimularam a superar os momentos de desânimo.

À Daniela Teramoto, pelo carinho que tanto me confortou nas horas difíceis.

À Maria da Conceição Garcia Tavares, pela leitura atenta e o difícil trabalho de correção dos muitos deslizes que cometi na redação.

À Laura Tamiana, pelo amor e atenção que me ajudaram a suportar o peso dos momentos mais solitários, e que me deram a energia para chegar até o fim.

À Sérgio Henrique de Oliveira, por ter sido meu companheiro durante quase todo o percurso que me trouxe até aqui, ajudando-me a descobrir as dores e as delícias de minhas escolhas.

Agradeço especialmente aos meus pais, Rosa Maria Alves Sampaio, quem verdadeiramente financiou este trabalho e apostou junto comigo em caminhos repletos de incertezas, e Joel Sampaio, por ter descoberto a sociologia e aberto essa possibilidade para mim.

RESUMO

A transmissão do *Programa do Ratinho* colocou em evidência uma antiga questão sobre a qualidade dos programas exibidos pela televisão brasileira, em que se traça uma distinção entre o que é de “alto nível” e o que é de “baixo nível”. A leitura dos artigos publicados na imprensa revela que o programa provoca um profundo mal-estar em determinados grupos, por outro lado, a etnografia do programa mostra que as rupturas, tanto das normas de conduta quanto das regras do gênero televisivo, são propositais e carregam uma dimensão cômica. É essa inter-relação entre o mal-estar e o riso que sugere o sentido das rupturas praticadas no programa.

O diálogo indireto entre o conteúdo do programa e as críticas impressas nos jornais mostra a construção de uma identidade positiva em torno do ideal de autenticidade, que se opõe à imagem negativa, de degradação moral, veiculada pela imprensa. Nesse sentido, revela uma disputa simbólica que conjuga no mesmo movimento a distinção e a desqualificação do outro. O programa encena essa disputa, em que se define o que é desejável e o que é desprezível, o que dá dignidade e o que degrada o ser humano, simulando a inversão da escala de valores na qual aqueles que se incomodam são colocados como inferiores em relação ao apresentador e aqueles que apreciam o programa, os quais se apropriam das qualidades associadas à superioridade moral.

PALAVRAS-CHAVE: televisão, decoro, deboche, distinção, disputa simbólica.

ABSTRACT

The purpose of this essay is to analyse the interconnections between the disgusting and the comic in Ratinho's TV programme. This programme came up the old question about the quality of TV programmes in Brazil, where there is a clear distinction between the "good level" and the "bad level". The reading of public papers shows that the programme causes a deep bad feeling in some groups of society. On the other hand, the programme's ethnography shows that the breaking of behavior rules and TV rules is intentional and has a comic dimension. These interconnections between the disgusting and the comic are the aim of the breaking rules.

The indirect communication between the program content and the media's critiques in the newspapers shows the construction of a positive identity of authenticity in contrast with the media's negative image of moral degradation. Furthermore, it reveals a symbolic war that causes the same movement of other's distinction and desqualification. The programme is the scene of this war, in which one can define what is desirable and what is disgusting, what gives dignity and what gives degradation to human being. Ratinho's programme simulates a inversion of moral rules, in which the one's who criticize the programme are taken as inferiors to the one's who like it, so, these can put themselves in a position of moral superiority.

KEY WORDS: TV , decorum, debauch, distinction, symbolic war

“Uma coisa é por idéias arranjadas, outra é lidar com
país de pessoas, de carne e sangue, de mil-e-tantas
misérias... Tanta gente – dá susto de saber – e nenhum
se sossega: todos nascendo, crescendo, se casando,
querendo colocação de emprego, comida, saúde, riqueza,
ser importante, querendo chuvas e negócios bons...”

Guimarães Rosa

“Eu sorria com desprezo, caminhando ao longo da sala, da mesa até a lareira e vice-versa, ao longo da parede que ficava em frente ao divã. Tentava provar-lhes que podia perfeitamente passar sem eles, e, no entanto, ao andar, batia de propósito no assoalho com os tacões. Mas em vão. Era verdadeiramente impossível alguém humilhar a si mesmo mais malvada e deliberadamente. ‘Ah! Se ao menos soubessem de que sentimentos, de que pensamentos sou capaz! Se soubessem com sou inteligente!’.

...a mesquinharia de seus pensamentos, a tolice de suas ocupações, de suas conversas, de seus jogos – chocavam-me de espanto. Como não chegassem a compreender certas coisas muito importantes, como não prestassem nenhuma atenção às coisas mais singulares, fui levado, involuntariamente, a me considerar muito superior a eles. Não era de modo nenhum a vaidade ferida que falava em mim, e, em nome do céu! não me venhais aborrecer-me com aquela objeção de que estamos fartos até a náusea: que eu não fazia senão sonhar, enquanto eles possuíam já o sentido das realidades.”

A Propósito da Neve Fundida,
Dostoiévski

“Todos os círculos da atividade humana são atraídos
para o círculo mágico simbolista.”

Max Weber

Introdução

Este trabalho propõe um estudo sociológico sobre um programa de auditório transmitido atualmente pela televisão brasileira, o *Programa do Ratinho*.

Esse programa causou uma grande polêmica na mídia por exibir comportamentos e imagens que escandalizaram um grande número de pessoas, ao mesmo tempo em que conquistou um amplo espectro de telespectadores, competindo pela audiência dentro do filão mais precioso da televisão, o horário nobre, tradicionalmente liderado pelas telenovelas transmitidas pela Rede Globo.

A questão inicial que originou a idéia de desenvolver esta pesquisa passa pela imbricação de duas perguntas: por que esse programa incomoda determinadas pessoas? Por outro lado, por que algumas pessoas gostam desse programa?

Trata-se simplesmente de uma questão de desenvolvimento intelectual, como colocado no trecho abaixo?

“Assim, como a maior parte do povo é ignorante e preconceituoso, nossa TV aberta se torna ignorante e preconceituosa para agradá-lo.”¹

Ou tudo se resolve ao atribuírmos a uma questão de gosto, como foi sugerido em uma carta enviada para um jornal?

“Quero dizer ao Sr. Dimenstein que sei o que é globalização, sei também o nome de todos os ministros, leio diariamente a Folha, mas também assisto aos Programas do Ratinho. (...) É ignorante por acaso quem prefere feijão ao caviar? Xororó ao Pavarotti? Pão ao

¹ *Jornal da Tarde*, “Tudo o que está por trás do mau-gosto”, 05/01/2000.

brioche? Gosto não se discute.”²

O debate que ocorreu na imprensa em torno de temas como qualidade e ética na televisão sugere a existência de questões mais complexas do que as colocadas acima, e que encontram ressonância no próprio feitio do programa e na imagem que o apresentador constrói de si mesmo.

Identifico duas formas distintas, ou mesmo opostas, de reação ao programa, o riso e a náusea. Ao longo da pesquisa foi comum encontrar pessoas que atribuíam sua simpatia pelo programa à dimensão cômica que este representava, achavam engraçado a “bagunça”; do mesmo modo, não foi menos comum pessoas expressarem sua rejeição colocando a mão no estômago, com caretas de repulsa. Se num primeiro momento essas duas reações sugerem apenas uma oposição, ao olharmos mais detidamente descobrimos que se trata de duas dimensões de uma mesma situação. Ambas advêm de uma mesma percepção, a percepção de que algo impróprio ocorreu. Pode-se rir ao ver duas pessoas se insultando, estapeando-se e revelando suas mazelas, ou pode-se sentir repugnância. São duas formas de reagir, mas tanto uma quanto a outra são sinais de que algo que foge aos padrões concebidos como “normais” ocorreu. É a percepção de algo indevido e embaraçoso que provoca o riso ou a repulsa.

Quando observamos o programa percebemos que há uma intencionalidade em ultrapassar esse limite – o qual separa o que pode e o que não pode ser visto, o que é normal e o que causa o embaraço. Não se trata de pessoas que participam de um outro código de conduta, onde esse tipo de comportamento é considerado normal, pois o próprio ato de rir já revela que compartilham do mesmo código. A questão que se coloca, então, é qual o sentido dessa ação que visa agradar um determinado público e ao mesmo tempo causar o incômodo em outro.

A hipótese é de que há uma interdependência entre esses sentimentos opostos, a simpatia e a antipatia não são descoladas de uma experiência social comum. O gostar e o não gostar, neste caso, podem ser compreendidos a partir de uma dinâmica de qualificação-desqualificação de comportamentos e crenças presentes no universo social. O debate gerado em torno desse tema, bem como o discurso exibido pelo apresentador em diversas situações, somado à composição estilística do próprio programa, apontam para a existência de uma disputa simbólica na qual se busca definir a escala de valores sociais.

De uma perspectiva weberiana, essa disputa transcende o programa, é um

² *Folha de São Paulo*, Painel do Leitor, 02/09/1998.

elemento fundamental na constituição e manutenção de qualquer sociedade. Como nos coloca Gabriel Cohn, Weber concebe “a vigência de determinados valores como expressão da dominação de grupos humanos sobre outros; ou seja, vincula estreitamente a temática dos valores à do poder”, e nisso coincide com Nietzsche: “persiste a idéia comum a ambos de que, fora de condições específicas de dominação, não há como encontrar qualquer hierarquia ‘objetiva’ de valores; tomados como tais, eles são todos equivalentes”.³

A superioridade deste ou daquele valor, de um comportamento ou de um bem cultural, é definida a partir de uma disputa social na qual os sujeitos com diferencial de poder lutam para definir suas posições e a distribuição de prestígio, que lhes permitirá alterar ou manter a hierarquia de valores, e dessa forma, o seu próprio valor enquanto portador dos bens materiais e simbólicos valorizados.

O significado do programa tem que ser buscado a partir dessa disputa. Este trabalho propõe compreender o significado de uma ação que, por um lado, afirma a inferioridade e indignidade de seu ator, pois se choca com o que é estabelecido como superior, e, por outro, funciona como uma estratégia na busca pela distinção social.

³ Cf. Cohn, 1979a, p. 108.

1. O *Programa do Ratinho*: rupturas e continuidade

Todas as noites, de segunda a sexta-feira, às 22h, entra no ar, pelo Sistema Brasileiro de Televisão, o *Programa do Ratinho*. Um programa de auditório que é designado em muitos casos pelo termo “popular”. Um adjetivo que, para nós, não esclarece seu caráter, antes obnubila algumas características importantes. Isso porque “popular”, enquanto aquilo que é próprio do povo ou agradável ao povo, pode servir para descrever eventos muito distintos entre si. “Popular” pode assumir diferentes significados: do ponto de vista oficial, costuma designar o regional, o tradicional e o folclore; do ponto de vista da chamada “cultura erudita”, “popular” é o espontâneo, o pouco especializado, ou ainda, do ponto de vista dos críticos e profissionais da televisão, “popular” são os programas pouco elaborados, que se valem de recursos menos sofisticados, tanto técnicos quanto estéticos, e que busariam agradar a população de baixa renda e escolaridade exígua. Justamente por sua abrangência esse termo pode provocar alguns equívocos, ao induzir que se façam associações inexistentes. Entretanto, é importante nos determos um pouco mais nesse assunto, pois a própria designação do *Programa do Ratinho* enquanto “popular” indica questões fundamentais que serão desenvolvidas neste trabalho.

Marilena Chauí (1989) observa que popular seria um adjetivo dado à produção cultural das chamadas “classes populares”, ainda que não seja um termo utilizado para se auto-designar. Em geral, esse adjetivo é empregado para definir as manifestações culturais das classes ditas “subalternas” pelos grupos dominantes. Chama a atenção o fato de que esse programa alcança os lares de diferentes estratos que compõem hoje a sociedade brasileira, e, no entanto, o próprio apresentador diz

que o programa é voltado para o “povo”, que é um programa popular que fala para o “povo brasileiro”. Sem querer entrar em uma discussão conceitual, trata-se de saber quem designa o quê como “povo” e de quais critérios lança mão para definir o que é ou não popular; pois estão em jogo diferentes concepções e intenções na designação do programa como popular. Também não nos interessa, aqui, definir o conceito “popular”, interessa compreender o que está por trás dessa designação, uma vez que o ato de designar o outro ou se auto-designar como “popular” está carregado de sentido.

Dessa forma, nosso primeiro passo é buscar o que define a singularidade do programa para além da separação que coloca de um lado o que é pouco especializado e de outro o que possui alto nível de especialização. Enfim, não devemos apressadamente buscar conceitos que definam o objeto desse trabalho. Vamos primeiro assistir, ver e ouvir o que ele diz, ou pelo menos algumas das coisas que ele nos mostra.

A abertura já nos oferece algumas pistas para caracterizar o programa. A imagem extremamente colorida, inspirada nos *cartoons*, narra uma situação de desarranjo, em que um tiro de canhão faz despencar uma placa com o nome do programa e perfura o papel de fundo, produzindo um rombo. Repentinamente somos lançados para o auditório em meio a uma chuva de confetes e serpentinas, bexigas coloridas que se agitam no ar, ao som do “he-he-he”, das palmas e batidas de pés da platéia, enquanto uma voz, assemelhada à de um locutor de futebol, grita “Ratinho!!!”, seguido do estouro das bexigas; produzindo uma algazarra ensurdecadora. Simultaneamente uma música em alto volume alerta para algumas características do programa:

*“Ra-Ra-Ra-Ratinho, todo o povo está ligado em você
Ra-Ra-Ra-Ratinho, é a grande audiência da TV
Ra-Ra-Ra-Ratinho, ninguém sabe o que vai acontecer
Tem café no bule...”*

Rapidamente a câmera desloca sua lente da platéia para o palco, onde adentra o apresentador Ratinho, que anuncia em tom de galhofa:

“Está no ar o programa mais brega da televisão brasileira!”⁴

Ele se apresenta de camisa abotoada no colarinho e nos punhos, cuidadosamente enfiada para dentro de uma calça social escura, cinto e sapatos pretos lustrosos. A câmera dá um *close* e podemos perceber a barba bem-feita, o cabelo preto retinto, todo penteado para trás e fixado, compondo com o preto da sobancelha espessa e do bigode farto e bem-aparado. Esses elementos concorrem para a imagem de um homem de meia-idade, austero, não fosse a gravata espalhafatosa e a cor vibrante da camisa de tecido lustroso, que destoam do conjunto, contradizendo a primeira impressão. Um visual que sugere a ambivalência que vai reafirmar ao longo do programa, ao alternar o “homem sério” e o bufão.

Ratinho apresenta o programa em pé, andando de lá para cá, movimenta-se freneticamente por todo o cenário, indo até a platéia ou invadindo os bastidores. Gesticula muito, fala alto, xinga e atira objetos sobre os produtores e o diretor, persegue seus assistentes com um cassete em mãos, ou, ainda, dá safanões nos dois fantoches que animam o programa.

O cenário é sempre marcado por uma composição de cores contrastantes: as paredes amarelas são recortadas por arcos azul-escuros, que emolduram duas aberturas laterais de acesso ao palco tingidas de vermelho escarlate. O fundo do cenário é revestido pela tonalidade azul piscina e é delimitado por faixas brancas intercaladas por faixas vermelhas e amarelas, recortadas na borda em V, que saem do chão até o teto formando semi-círculos; é entre a parede do fundo e a primeira faixa que se localiza o principal acesso ao palco. Seis poltronas, nas cores vermelha, azul e amarela, ficam posicionadas no centro do palco, agrupadas três a três, formando duas fileiras, uma de frente para outra, onde os convidados do programa se acomodam. De tempos em tempos ocorre a mudança de cenário, podendo variar as cores para o dourado e prateado, mas sempre compondo com as cores primárias e mantendo o mesmo estilo exagerado e contrastante.

Há uma clara divisão entre as coxias e o auditório, o primeiro é totalmente

⁴ Frase proferida no programa exibido no dia 16/08/2000.

oculto atrás das paredes que encerram o auditório. Este é dividido entre palco e platéia, sendo o acesso entre um e outro livre de qualquer obstáculo. É no espaço entre o palco e a platéia que se encontra um grande número de operadores de câmera e cabos, animadores e coordenadores de platéia, e mais para o canto direito se concentram os assistentes de produção, os contra-regras, os seguranças e o diretor. No total existem entre 25 e 30 profissionais circulando nesse estreito espaço.

Em uma janela emoldurada, do lado esquerdo do palco, imitando um teatro de marionetes, ficam dois fantoches com as feições de ratinhos, Xaropinho e Tunico. São personagens importantes na composição do programa; com vozes estridentes e um humor ora ingênuo ora malicioso, proferem comentários a todo momento, apesar de muitas vezes sequer serem ouvidos. Xaropinho seria uma versão infantil do próprio Ratinho, caracterizado com um bigodinho, vestindo uma camisa social e gravata, e empunhando um cassete. Como o próprio apresentador comenta em uma entrevista, Xaropinho foi criado para dizer aquilo que ele próprio não pode, mas que é permitido a uma criança impertinente. Tunico, criado mais tarde, é o primo caipira de Xaropinho. Enquanto este costuma fazer falsos elogios e comentários sarcásticos, mesmo em relação ao apresentador, Tunico representa o tipo mais ingênuo, repetindo sempre o bordão “Esse é o meu patrão!”. Quando interferem demasiadamente nas conversas, são repreendidos verbalmente pelo apresentador, que ordena que se calem, ou que, com um empurrão, os derruba para fora da vista do espectador.

Há os assistentes de palco que se fantasiam de segurança, com terno e gravata escura, camisa branca, sapato social, e óculos escuros, ou os que figuram de palhaços, vestindo as fantasias mais inusitadas – super-herói, fantasma, transformista, bebê, jogador de futebol, sádico... Alguns são responsáveis pela coordenação da platéia, outros circulam pelo palco, encenando alguma farsa, contribuindo para o clima de confusão, ao mesmo tempo são encarregados de atizar a ira dos convidados para em seguida apartar a briga entre eles. São designados pelo apresentador como “meu Timor Leste”, sendo ao todo oito – dois gêmeos, dois

gordos, dois anões, dois magrelas. O apresentador esbarra a todo instante com essas personagens, repelindo-os com bofetadas ou perseguindo-os com um porrete na mão.

No lado esquerdo uma banda, composta por seis músicos e três vocais e comandada pelo maestro “Pica-Pau”, toca jingles e vinhetas de músicas ao vivo. Em frente, incrustada na parede direita do cenário, fica a sombra de um homem refletida em uma tela branca emoldurada de vermelho, conhecido simplesmente como o Sombra que, com um timbre grave e amigável – em uma referência à famosa personagem do programa de auditório de Silvio Santos, Lombardi –, anuncia as atrações e narra algumas das histórias contadas no programa.

As vozes de todos esses emissores se entrecruzam e se sobrepõem em diversos momentos, misturadas aos ruídos e músicas acionadas por um DJ, que fica instalado no canto direito a beira do palco, provocando um alarido muitas vezes atordoante.

O DJ conta com um arsenal de músicas e sons selecionados e gravados especialmente para auxiliar na criação do clima próprio ao assunto que está sendo tratado. São barulhos de todo o tipo, como de panelas caindo ao chão, máquina registradora, carro derrapando, o “plin-plin” da Rede Globo, o cacarejar de galinhas etc. As trilhas sonoras são identificadas com nomes sugestivos como “porrada”, “suspense” ou “terror”. Nas palavras do próprio DJ, *“As músicas e os sons têm de falar por si mesmos. Quando o clima no programa está tenso, eu coloco a trilha do ‘Arquivo X’. Quando as coisas estão tristes, ponho ‘Coração Valente’. Faz todo mundo chorar. Quando o Ratinho fala de sexo, eu toco ‘Eu Quero Gozar’, composta nos anos 70 por Alípio Martins, um brega mesmo. O trabalho é memorizar tudo o que eu tenho e colocar os temas no ar no momento certo”*.⁵ O caos sonoro é amplificado nos momentos em que ocorre briga no palco, quando o DJ pode lançar um refrão “Vamos quebrar tudo”, de Gilberto Gilmar, ou uma ensurdecadora sirene de ambulância.

As seis câmeras estão o tempo inteiro se movimentando. Uma localizada ao fundo do auditório oferece uma perspectiva panorâmica da platéia até o palco, outra posicionada no lado esquerdo entre um e outro, é alavancada por um suporte

⁵ *Folha de São Paulo*, 17/12/2000.

fixo que lhe permite deslizar do teto até o nível do chão, cobrindo igualmente todo o auditório. Duas câmeras deslizam sobre rodinhas o que permite uma maior agilidade para se aproximar do apresentador e dos assistentes, ou segui-los em suas perseguições. Uma quinta é sustentada por um *cameraman*, que pode circular por espaços inusitados como as coxias. A última é fixa no teto e sua função é focalizar o Sombra no momento de anunciar a próxima atração. As câmeras alternam freqüentemente o plano geral com o *close* – momentos em que Ratinho interpela a câmera de modo ameaçador – abusam dos movimentos de *zoom*, cortam bruscamente do apresentador ora para a platéia ora para as outras personagens, realçando o aturdimento sentido pelos telespectadores.

Enfim, o que se vê na tela é sempre um excesso de informações visuais e sonoras, sempre acompanhadas de muita agitação, tapas, risos e lágrimas.

A bagunça, a turbulência, a desordem são a marca do programa, seja nos conteúdos dos quadros seja na sua estrutura. De um lado a bagunça é vista como uma encenação cômica, com o objetivo de divertir, pelas bufonarias do apresentador e seus assistentes, pelas brigas entre convidados, pelas insinuações maliciosas, ou pelas atrações que visam o “entretenimento”, tais como a apresentação de cantores e comediantes famosos, de calouros, trapezistas, mímicos, mágicos, paranormais etc. De outro, é a representação da vida cotidiana atribulada pela desintegração familiar, a desorganização social e a incompetência do poder público. São **testes de DNA**, para provar a promiscuidade da mulher ou a irresponsabilidade do homem que não quer assumir o filho; os **reencontros** de famílias que se fragmentaram; **prestação de serviços** a pessoas carentes, seja de assistência médica – doentes, com deficiências físicas, obesas, dependentes químicos – ou de ajuda financeira e material; **assistência jurídica** a pessoas que têm pendências e litígios com parentes e vizinhos, pessoas, como é sempre sugerido, que não conseguiram ser atendidas pelo juizado de pequenas causas e que o programa vai ajudar com aconselhamento ou em alguns casos, com a representação em processos jurídicos através dos “advogados do Programa”, Dr. Farah e Dra. Vitória. É importante observar que os quadros estão sempre

simulando a desorganização da vida social, e o programa apesar de representar a bagunça, a confusão, aparece como um espaço onde se pode restabelecer a ordem perdida. Essa tensão entre ordem e desordem é central na sua composição e será tratada no capítulo 3.

Outro quadro que se vale da “bagunça” são os **debates** entre convidados famosos, como cantores e artistas da televisão, que realizam um número musical, falam sobre as atividades que estão desenvolvendo, e depois sentam para dar sua opinião sobre algum tema previamente anunciado. Algumas vezes esse quadro é a atração principal do dia e estende-se ao longo de toda a transmissão, sendo intercalado com outras atrações – como ocorreu no P3 e P10 (ver anexo 2), cujos temas tratados foram respectivamente, “Quem ama mata?” e “Infidelidade conjugal”. Outras vezes são convidados representantes de áreas de conhecimento específico, como psicólogos e sociólogos, para debater com paranormais ou jornalistas. A mesma intenção está presente no quadro “**Que Nota Você Dá?**”, no qual artistas ou personagens da mídia e do universo “político-institucional” são convidados a dar nota, zero ou dez, para outras personalidades famosas. O desenvolvimento do quadro é exatamente o contrário do que o título sugere, o “debate” é uma encenação debochada cuja finalidade é explorar o conflito, no qual a emoção se coloca acima da razão, as mágoas, os ressentimentos se sobrepõem à reflexão e à objetividade; o esperado são sempre as explosões sentimentais, o choro e o riso.

Um dos quadros principais são as **reportagens**, que podem ser de dois tipos, uma que trata das escabrosidades e curiosidades do mundo, tais como, “Vida após a morte. Pessoas que morreram e voltaram” (P4); “A única fofoqueira muda do mundo” (P8); e as que tratam de assuntos ligados à vida política e econômica do país, como por exemplo, “Trabalhadores desmaiam de fome no trem e bandido desperdiça comida na cadeia” (P1); “Tráfico de drogas continua, mesmo depois de denúncia” (P8). Há, ainda, a “**cassetada do dia**”, o momento em que o apresentador critica enfaticamente alguma ação do governo ou de alguma personalidade pública, tecendo comentários indignados e chamando o responsável

a prestar contas de seu ato. Esses dois momentos são a deixa para o apresentador colocar suas opiniões, críticas e sugestões sobre os mais diversos temas, como aborto, direitos humanos, corrupção, drogas, criminalidade, valores morais etc.

Todos esses quadros misturam a troça, o discurso indignado e a ação assistencialista. É a exposição dos sentimentos, dos conflitos, do desarranjo emocional, da desestruturação das instituições, que é buscada em todas as atrações, e, pertinentemente, é apresentada ao longo do programa, em inserções publicitárias, uma série de produtos, que prometem o apaziguamento da sensação de desconforto provocado pela conturbada vida cotidiana. Ratinho confirma pessoalmente a eficácia e qualidade dos cremes de embelezamento, tinturas para cabelo, medicamentos, método anti-tabagismo, dietas para emagrecimento, ração para cães, produtos alimentícios, móveis, banco de crédito pessoal etc.

O clima de desorganização está presente na própria dinâmica do programa. O telespectador desatento é convencido por uma aparente espontaneidade, em que tudo parece improvisado e onde o inusitado promete se apresentar a qualquer instante, como é sugerido pela música tocada ao início e ao longo de toda a transmissão: “...ninguém sabe o que vai acontecer...”

Não existe uma ordem claramente definida para as atrações, nem existem “chamadas” que antecipam o que será exibido. Algumas vezes o apresentador desiste de mostrar alguma reportagem por achá-la desinteressante, ou devido a alguma falha técnica. De acordo com o próprio Ratinho, ninguém sabe o que irá para o ar. O discurso do apresentador reafirma o caráter de desordem do programa:

O meu programa é o pior de todos, é ruim mesmo. Já veio aqui gente do Canadá, da Alemanha, de Portugal, da Bélgica, do Chile. Todo mundo querendo copiar. Eles assistem uma semana e desistem porque o programa não tem lógica. Na mesma hora em que o cara está rindo, tem outro chorando (...) é tudo desorganizado. É que nem frango caipira: não é bonito de ver, fica meio roxo, mas é bom de comer. Por que não tem chamada? Porque nós não sabemos o que vamos pôr no ar. Não é aquele negócio preparado. Vai na hora. “O que é que tem hoje? Pô, mas tá ruim, hein? Ah, vai assim mesmo. (Playboy, julho, 2001)

O programa não apresenta a cada noite a mesma sequência de quadros. A ordem, bem como o tipo de atração, muda a cada dia. O “Teste de DNA”,

“Reencontros”, “Que Nota Você Dá?” são os quadros mais recorrentes, mas ainda assim não são apresentados sempre. No material utilizado como base para nossas observações (ver anexo 2), pode-se constatar que dentre 11 programas apenas 3 exibiram o quadro sobre o DNA (P2; P7; P11); 2 apresentaram o quadro sobre pessoas desaparecidas (P2; P11); e apenas o P1 apresentou o quadro “Que nota você dá?”. As “reportagens”, no entanto, são recorrentes em todos os programas da amostra, havendo às vezes mais de uma “Reportagem” por dia.

A esquematização de dois episódios, apresentada no anexo 1, permite vislumbrar melhor essa variação, bem como outras características. A duração do programa atualmente não varia muito, é raro extrapolar os 40 minutos⁶, como é o caso dos 11 programas observados em nossa amostragem. Já as duas transmissões escolhidas para uma descrição detalhada, que são separadas por um longo período de tempo, sendo a primeira (**PA**) anterior aos programas utilizados como amostra e a segunda (**PB**) posterior, tiveram duração de 1h45 e 1h10 respectivamente. O tempo de duração de cada bloco também variou, ocorrendo sempre um ou dois intervalos comerciais: todos os programas da amostra tiveram apenas um intervalo e os dois programas com maior duração, dois intervalos ao longo da transmissão. A qualquer instante o apresentador pode invocar o intervalo, às vezes logo no primeiro minuto após a abertura, como no P4, ou depois de 28 minutos de transmissão, como o P3. A cada programa varia o momento em que é chamado o intervalo.

Em geral, os quadros são curtos e vão se sucedendo em alta velocidade, sendo as “reportagens” e “disputas” os que perduram por um período maior, com duração de 3 até 15 minutos. Os temas tratados nas “reportagens” são os mais variados, vão desde assuntos da vida política e econômica do país, passando por histórias de crimes hediondos, fenômenos sobrenaturais, até a exibição de pessoas com aberrações físicas e psicológicas. O que é chamado de “disputas” abrange os testes de DNA, as discussões de toda ordem entre convidados, inclusive os

⁶ O programa até o ano de 2001, tinha duração média de 1h30 em quatro dias da semana e 60 minutos nos outros dois dias, chegando a 1h50 em alguns dias. Atualmente a duração varia entre 40 e 50

eventuais debates competentes, onde personagens representando diversas áreas se confrontam não em um debate técnico específico, mas em uma discussão insultuosa, ou com artistas convidados para debater algum tema específico.⁷ Conclui-se que os quadros nos quais ocorrem brigas, discussões, agressões físicas e morais, ou que mostram imagens chocantes, são os que merecem maior destaque.

O que poderia interromper o ritmo frenético da alternância de assuntos, como a longa duração das reportagens e debates, acaba por arrematar tal dinâmica. Nesses quadros, a rápida mudança de assunto é substituída por uma grande quantidade de informações trazidas pelas imagens ou pelo falatório dos diversos interlocutores. Nos debates, onde invariavelmente as pessoas se xingam e se agridem fisicamente, a confusão gerada pela simultaneidade de falas, ruídos e músicas é ainda exacerbada pelos cortes bruscos e sucessivos das câmeras, fazendo com que fiquemos durante vários minutos assistindo “nada”, apenas um tumulto no qual não podemos discernir quem é quem, não conseguimos entender o que dizem, perdemos até a clareza do motivo da disputa. A confusão acaba repentinamente, sem aviso, sem desfecho algum, quando os convidados são colocados para fora da vista, nas coxias, para dar vez a um anúncio de ração para cães. As reportagens que têm como suporte principal o videoteipe (VT) sempre buscam uma linguagem simples, coloquial, com muitas reprises, para garantir que o telespectador possa compreender o assunto, mas são a todo instante interrompidas pela voz do apresentador, que tece seus comentários e opiniões. Nesses momentos o VT é paralisado e a câmera volta para o auditório, às vezes por vários minutos, quando podem suceder situações que nada têm a ver com a reportagem, como um “desentendimento” entre o apresentador e seus assistentes, devido a algum comentário malicioso ou comportamento inoportuno destes, ou a alguma falha técnica, ou ainda para uma inserção publicitária.

Muitas vezes no início do programa são anunciadas atrações e reportagens que não são exibidos, como se não tivesse havido tempo suficiente. O fim da

minutos, eventualmente pode durar por mais de 1h30, como aconteceu no dia 11/06/2003, justificado pela presença de um convidado famoso, o cantor Daniel.

transmissão é sempre uma interrupção repentina, como se fosse algo inesperado: “*É para acabar o programa? Não temos mais tempo?*”, é como Ratinho responde à ordem que lhe é passada pelo ponto, ou simplesmente se despede com um “*tchau!*”, sem preâmbulos.

O mesmo ocorre com os intervalos comerciais, quando o apresentador surpreso pergunta: “*Já vamos para o intervalo? Agora?! Agora para o intervalo comercial?!?*” e logo em seguida anuncia, “*Então, vamos para o intervalo comercial*” (P1). Ou, como no P4, quando o intervalo ocorreu no primeiro minuto de transmissão: “*Intervalo do quê? Intervalo comercial?! Ai é um saco! Roda aí o intervalo.*” Essa prática segue a mesma tendência de todo o programa, que pretende convencer o espectador de que as coisas acontecem inesperadamente, da mesma forma quando um VT anunciado pelo apresentador não está pronto, e ele é obrigado a chamar outra atração ou a discorrer mais um pouco sobre o tema até que a produção resolva o problema. Outras vezes, a produção coloca no ar o VT errado, momentos que Ratinho pode aproveitar para xingar e lançar objetos sobre a equipe de produção, diretor e técnicos.

Há uma quebra das regras espaciais comuns a este gênero, segundo as quais o bastidor – entendido enquanto o espaço físico das coxias mas também enquanto todos os procedimentos de produção do programa – deve ser ocultado dos espectadores por meio de barreiras visuais e auditivas. No *Programa do Ratinho* o bastidor é a todo momento invadido e revelado, criando a impressão de uma livre circulação entre palco e bastidor. A disposição espacial, a qual permite que os profissionais com todos seus aparatos técnicos e instrumentos de trabalho sejam focalizados constantemente pelas câmeras, sugere essa quebra das barreiras que separam esses espaços. O mesmo ocorre quando as câmeras invadem as coxias, e quando Ratinho responde alto às instruções que lhes são dadas através do ponto ou revela os procedimentos comuns ao gênero: “*Eles põem um banquinho pra gente ficar mais alto, é o esquema aqui...*”, ao se instalar atrás do balcão de anúncio de um produto para tintura de cabelo; ou quando revela que a platéia é ensaiada

⁷ No programa do dia 17/04/2003 foram convidados 2 atores, 2 cantores e um comentarista de futebol

para se manifestar no momento certo: *“é sempre assim, em todos os programas de auditório é assim, no Silvio Santos, no Faustão, na Hebe... é tudo ensaiado”*.⁸

Da mesma forma, quando fala sobre os erros da produção, ou, ainda, quando tece comentários sobre a decisão da emissora de reduzir o tempo de seu programa, está sempre insinuando que se pode ver através das cortinas que separam palco e bastidor. As barreiras existem, mas são infringidas a todo instante. Há um limite bem-definido entre as coxias e o auditório, a entrada para o palco é feita por três passagens localizadas ao fundo e nas laterais. Essa nítida divisão permite explorar melhor os momentos em que ocorre a ruptura, quando os olhos e ouvidos dos espectadores invadem o espaço que deveria permanecer oculto. A graça está exatamente na ruptura, é importante que existam as regras para que possam ser quebradas. Nesse sentido, o que ocorre não é uma postura crítica em relação às regras, ou seja, não se questiona sua existência ou, sequer, propõe-se novos códigos; a diversão está em quebrá-las.

Os “erros” que se sucedem o tempo inteiro são incorporados como conteúdo, passam a compor a estrutura do programa, e adquirem muitas vezes peso igual ao de outras atrações. Uma falha técnica, um equívoco, um atraso transformam-se rapidamente em assunto a ser comentado pelo apresentador, em motivo de riso e diversão, funcionando como uma piada inesperada. Os “erros” são em si uma atração, seja como gancho para a performance do apresentador, seja para reafirmar a idéia de caos e espontaneidade.

Duas situações que ocorreram no P2 são reveladoras nesse sentido. Um momento esperado, que se repete em vários programas, é quando Ratinho joga algum objeto para romper a tela semi-opaca que esconde a fisionomia do locutor chamado Sombra, como se fosse revelar sua identidade, sem nunca fazê-lo de fato. Nesse dia pede para o Sombra anunciar a próxima atração e quando este demora devido a algum problema técnico, Ratinho rasga a tela com as próprias mãos, toma intempestivamente o papel com as instruções da mão do locutor, e tenta decifrar o

para debaterem o tema “Quem ama, mata?”.

⁸ Situações ocorridas respectivamente nos dias 26/08/1999 e 12/05/2003.

que deve ser anunciado. Depois lança um impropério sobre o diretor, chamando-o de “tonto”. Toda essa encenação dura vários minutos. No final do programa, ocorre outra situação similar. O apresentador chama uma reportagem sobre um homem que se diz nazista e que sabe onde estão escondidos os tesouros que foram roubados dos judeus durante a Segunda Guerra Mundial. Depois pede para deixarem para amanhã, pois acha a matéria pouco interessante, não acredita que o entrevistado seja de fato um nazista. Começa a discutir com a produção, responde em voz alta a alguém que não podemos ver nem ouvir, pede outra matéria sem conseguir chegar a um consenso. “*Qual eu coloco?*”, pergunta, e por fim diz, “*Roda o que vocês quiserem*”. Começa um VT sobre os tesouros roubados dos judeus, mas logo em seguida é interrompido por outro VT sobre a Índia. Nesse instante aparece a voz de Ratinho gritando “*Essa não, a outra! A outra!*”, e as reportagens vão se alternando gerando uma confusão de imagens e falas, como se estivesse havendo um problema técnico, até que o programa é interrompido pelos créditos que anunciam o seu encerramento.

É interessante notar a diferença entre esses “erros” desejados e os erros propriamente ditos, ou seja, aqueles que são indesejados, que interferem no “bom andamento” da encenação. Podemos perceber isso quando o coordenador de platéia, Caroço, nas instruções anteriores ao início do programa, diz: “*Fazemos o programa ao vivo sem erro da mesma forma que o programa gravado tem que ser feito sem erro*”; referindo-se ao desempenho da platéia, que é sempre instada a participar com animação, e a ficar atenta para responder imediatamente aos pedidos de palmas, gritaria ou silêncio.

A platéia é fundamental na dinâmica do programa. Todos os dias cinco caravanas levam as 200 pessoas que compõem a platéia, que atualmente é formada apenas por mulheres de idades que variam entre os 15 e 60 anos. À primeira vista, para quem assiste o programa pela televisão, a platéia pode aparecer como um elemento independente à encenação realizada no palco, como se fosse um espaço justaposto a este, que encerra uma outra dimensão distinta da dimensão do produto televisivo. Representaria o universo do público que assiste ao programa.

Entretanto, a platéia é um figurante na encenação realizada no programa, ela desempenha um papel secundário mas fundamental na trama. As instruções dadas previamente pelos coordenadores de auditório esclarecem esse papel:

“O auditório é um auditório que participa. Vocês vão fazer o ‘pau comer’, o programa acontecer. Tem o DNA... o desfecho é dado por vocês. O que nós precisamos de vocês é da zueira. As pessoas que vem fazer o DNA vêem vocês como platéia somente, nós vemos vocês como parte do programa. É só prestar atenção no Ratinho e em mim que vocês vão saber o que fazer. (...) Nós dependemos o tempo inteiro de vocês, da zueira de vocês. (...) Nosso programa é alegria, é zueira... Entrem no clima, vistam a camisa junto com a gente. (...) Cobraremos o tempo todo a zueira, a gritaria. (...) Se não for com gás [as palmas], pode levantar daí e se picar.”⁹

Como o próprio coordenador diz, a platéia é fundamental para o sucesso do programa, pois é ela que incita a agressão entre os convidados no quadro de DNA e é sua atuação que ajuda a criar o clima de “zueira”. Os homens não são bem-vindos na platéia, são permitidos apenas alguns raros convidados pela produção, pois se verificou que os representantes do sexo masculino não participam com tanto entusiasmo, em outras palavras, são “desanimados”.

A platéia, como os figurantes de uma gravação cinematográfica, tem a função de provocar um “efeito de verossimilhança”, oferecendo o contraponto ao universo televisivo, marcado pela fantasia e ficção, ao trazer pessoas “reais” para o cenário. No palco circulam personagens fictícias, homens fantasiados de mulheres, de palhaços e de seguranças, enquanto na platéia sentam-se pessoas reais. Ratinho condensa essas duas dimensões que se interpenetram a todo o instante no programa: a palhaçada, a fantasia, o divertimento, e a realidade, a indignação e o assistencialismo. Em outros termos, o universo televisivo, com seus procedimentos de criação de entretenimento, e a vida cotidiana com suas mazelas.

Podemos notar que há uma clara intenção nas rupturas praticadas e encenadas pelo programa. Através delas se cria um clima de desorganização que assume o significado de espontaneidade e veracidade à representação do

⁹ Frases colhidas nas minhas visitas ao dauditório.

apresentador, ambas as características são centrais na construção de sua imagem e fundamentais para a sua credibilidade.

Todos os elementos descritos até aqui mostram a quebra das regras de procedimentos do universo televisivo, que tem uma intenção de criar um clima de confusão dos sentidos, visual e auditivo, bem como, uma sensação de desarranjo emocional. O programa se apresenta como espaço de balbúrdia, turbulência, agitação. Iremos tratar agora de uma outra dimensão dessa quebra, que diz respeito ao comportamento aceito socialmente como razoável, digno e decente.

O trecho de um artigo publicado em uma revista, traduz a imagem que foi veiculada na imprensa desde que o programa começou a fazer sucesso, ainda como *Ratinho Livre*:

Nunca se viu nada igual na televisão brasileira. Brandindo para as câmeras um cassete de 40 centímetros, voz alterada e olhos esbugalhados, o apresentador defende a idéia de que enfiar bala em bandido é mais barato do que mantê-lo preso. Logo a seguir, traz para o palco a mulher que teve os olhos furados, as orelhas e a língua cortadas pelo próprio marido. Não demora e entra em cena uma família inteira resolvendo seus conflitos na base do palavrão e do sopapo. Ainda no mesmo programa, ele exhibe uma criança com mais de dez tumores na boca, e providencia seu tratamento. “Agora, vamos ganhar uns cascainho”, ele interrompe, chamando os comerciais. (*Veja*, 18/03/1998)

A leitura dos artigos publicados na grande imprensa sobre o programa ou seu apresentador mostra a existência de uma profunda aversão a essa transmissão. Além de alcançar um alto índice de audiência, o *Programa do Ratinho* conquistou desafetos em diversos meios: são jornalistas, intelectuais, artistas, acadêmicos, empresários, juízes, promotores, políticos que se manifestam contra o programa; e algumas poucas cartas de leitores manifestando simpatia. Dos 300 artigos impressos colhidos no período de 1998 até 2002, cerca de 92 expressavam um grande mal-estar e apenas 10, simpatia; sendo que estes últimos foram todos cartas de leitores enviadas para a redação dos jornais.

Os termos utilizados pelos autores dos artigos e cartas para qualificar o programa ou seu apresentador são muito significativos, sugerindo o sentimento de reprovação que provoca em determinados grupos, os quais têm acesso à imprensa. Eles expressam uma imagem negativa: *baixaria; barbárie; brega; desprezível; excrescência; nojento; lixo; mau-gosto; bestialização; aberração; degradação; bizarro; fútil; nocivo; boçal; ignorância; primitivismo; inferno; banalidade; vulgaridade; grosseria; chalaça; grotesco; “representação satânica”; “baixa qualidade”; repugnante; “fundo do poço”; aviltamento; sórdido; abjeto; “baixo nível”; torpe; chulo; e rasteiro.*

Esses termos designam coisas e situações que causam desagrado, desconforto, reprovação. Brega, mau-gosto, vulgaridade, grosseria, ignorância, marcam uma condição oposta a bom-gosto, refinamento, educação, gentileza, e informam uma escala de valor na qual estes últimos indicam os comportamentos mais elevados e almejados, enquanto os primeiros servem para qualificar o que é considerado inferior e indesejável. Da mesma forma, algo que é desprezível, nojento, lixo, sórdido, abjeto, torpe, chulo e rasteiro é aquilo que ofende os “bons costumes”, a decência e a moral, é o que está em desacordo com um código de conduta que define o que é desejável e superior, em outras palavras, o que dá dignidade e cuja ausência degrada e avilta o indivíduo. Assim, um comportamento que fere esse código é sentido como barbárie, primitivismo, bestialização, inferno, “fundo do poço”, ou seja, é sentido como retrocesso, perda daquilo que garante a “humanidade”. O que não se pode perder de vista é que esses adjetivos falam sobre o sentimento de profundo incômodo que as cenas e comportamentos exibidos no programa provocam em determinadas pessoas, mas não informam diretamente sobre o objeto de desagrado. Falam de uma situação, na qual algo está em desacordo com um código de valores, ou seja, é a expressão de certas idéias de valor e não de uma condição intrínseca do objeto. Veremos que existe um outro sistema de valor a partir do qual esse mesmo objeto é apreciado, e adquire um valor positivo.

O *Programa do Ratinho* obteve uma grande repercussão na imprensa por

exibir cenas que chocam a sensibilidade de um grande número de pessoas, ao mesmo tempo em que conquistou um extenso público telespectador, como mostram as pesquisas de níveis de audiência realizadas pelo IBOPE.¹⁰ Cenas de agressão física e moral, nas quais pessoas expõem seus segredos mais constrangedores, seus atos mais indignos e seus sentimentos mais íntimos, são exibidas freqüentemente ao longo do programa, e são a causa da antipatia generalizada em alguns meios.

São situações que causam constrangimento as que mais são exploradas. Algumas são recorrentes tais como a agressão física praticada pelo apresentador sobre os corpos de seus assistentes em uma encenação de pastelão. Persegue os assistentes por todo o palco ou entre a platéia com empurrões e tapas ou com seu cassete, fazendo com que eles caiam no chão ou sobre as pessoas da platéia; outras vezes puxa algum dos assistentes pelas orelhas ou pelos cabelos até as coxias, então a câmera começa a tremer e ouve-se barulhos de tapas, gritos, coisas caindo, simulando que o apresentador estaria lhe dando uma surra.

Há também as agressões entre os convidados, que vão até o programa resolver seus litígios, essas mais assemelhadas a brigas domésticas. Os participantes do quadro DNA são incitados pela platéia – instruída para utilizar determinados vocábulos, tais como “*pistoleira*” e “*vagabunda*” para as mulheres e “*corno*” e “*chifrudo*” para os homens – a se manifestarem agressivamente contra o seu adversário, ou contra as próprias pessoas da platéia. São também incitados sorrateiramente pelos assistentes que sussurram ao pé do ouvido dos litigantes, até que estes avançam uns sobre os outros e trocam alguns tapas, empurrões, puxões de cabelo, chutes... são, então, apartados pelos seguranças ou pelos próprios assistentes, momento em que lançam mão dos microfones ou de seus próprios sapatos uns contra os outros. Além da gritaria da platéia, são utilizados inúmeros ruídos, como de sirene de ambulância, barulho de objetos caindo no chão, para amplificar a confusão.

¹⁰ Em 1998, ainda na Rede Record, o programa chegou a atingir 38 pontos de audiência (cada ponto equivalendo a 80.000 domicílios), ultrapassando a audiência da Globo no mesmo horário. No SBT,

As reportagens seguem a mesma tendência, tratam em geral de assuntos escandalosos que chocam por exibir comportamentos aberrantes, patologias mentais, pedofilia, torturas, crueldades de toda sorte, ou ao expor corpos mutilados, órgãos genitais, deficiências físicas, sempre apelando para visões hediondas, como são sugeridos em alguns temas listados abaixo:

- *Pais enterram bebê vivo no meio do mato*
- *Homem que perdeu dois braços e desenvolveu habilidades com os pés*
- *Médico psicanalista abusa sexualmente de adolescentes depois de drogá-los*
- *Moças no interior de Goiás, sofrem ataques e convulsões, têm visões, e acreditam estarem possuídas por demônios*
- *Homens e mulheres de uma família portadores de disfunção hormonal têm o corpo todo coberto por pêlos, inclusive o rosto e as mãos*
- *Homem que praticou auto-mutilação, por acreditar que seu órgão genital estava possuído pelo demônio*
- *Criança é torturada pelos parentes*
- *Seqüestrador tortura uma criança de 3 anos e envia a fita para a família*

Os “palavrões”, os comentários jocosos lançados pelo apresentador e pelos fantoches, as insinuações à opção sexual dos convidados, o achincalhamento das personalidades públicas, os erros de produção e muitas outras ocorrências preenchem o programa com situações escabrosas que rompem a todo instante a “normalidade”. A própria imagem extravagante dos assistentes de palco provoca um sentimento ambivalente, que comporta o riso e a repulsa, seja diante da extrema magreza de um, da obesidade excessiva do outro, ou do nanismo de um terceiro; seja pelas fantasias ridículas que deixam a mostra as banhas ou as pernas finas e tortas, e que abusam do contraste de cor e tamanho, vestindo o mais gordo como um bebê, apenas com uma fralda presa por um alfinete, ou o uso de uma peruca

manteve uma media de 14 pontos até o início de 2002, com alguns picos em torno dos 23 pontos.

loura contrastando com a pele negra.

Tudo é planejado para causar o espanto, desde o cenário e figurinos até os comportamentos e temas tratados.

O *Programa do Ratinho* é um espaço no qual é permitido às pessoas expressarem diante de milhares de olhares suas emoções, sejam de raiva, de desespero ou tristeza, sejam de alegria ou afeição. Nesse ambiente os convidados são motivados, ou mesmo incentivados abertamente, a liberarem seus impulsos violentos ou seus sentimentos mais íntimos, chegando às vezes a um descontrole emocional. Nesse sentido, são trazidos para a dimensão do visível impulsos agressivos e emotivos, aproximando a esfera da intimidade e o universo televisivo.

As explosões sentimentais, bem como a improvisação, a crítica direta ou o humor malicioso, recheado de palavras com duplo sentido e alusões à dimensão sexual, são elementos fundamentais na composição do clima zombeteiro e escrachado.

Observando o programa somos levados a pensar que as constantes rupturas causadas pelo desvelar das práticas de bastidor ou dos erros da produção, ou em outra dimensão, pela exibição de comportamentos impróprios a um lugar público¹¹, tais como as agressões e explosões sentimentais, ou ainda, os comentários rudes e maliciosos, não instauram embaraço algum na sua dinâmica, que aparentemente segue sem qualquer problema. Poderíamos supor que a atuação escrachada não é percebida como ruptura por aqueles que participam da barafunda, não fossem as risadas irrompidas no meio da algazarra, as quais atestam que algo descabido ocorreu. Podemos falar em ruptura não apenas na medida em que consideramos aquele que olha e sente repulsa, mas também aquele que olha e ri.

Com todos esses recursos é criado um ambiente particular, um ambiente marcado pela ruptura de um certo código de conduta aceito como “normal” ou “correto”. Predomina um clima marcado pela contínua quebra da ordem, seja no

(Dados retirados da imprensa).

que se refere às regras que orientam os comportamentos humanos, seja em relação às regras que imperam no “fazer” televisivo. Há uma intenção nessas rupturas, que criam a sensação de bagunça, de confusão, de imprevisibilidade, e por outro lado, de espontaneidade, de autenticidade. Para compreender o sentido dessas rupturas, que reafirmam a desorganização ao mesmo tempo revelam o anseio pela ordenação e conservação, é necessário recorrer ao contexto no qual esse programa surgiu e se manteve no ar; com quem ele está dialogando. É o que este trabalho propõe nos demais capítulos.

¹¹ Público no sentido de visível a todos e não no sentido do que é comum, do que pertence a uma coletividade.

2. O Estranho Prazer do Outro

“No programa de TV do Ratinho,
uma mulher soltava fumaça pela vagina,
sob os gritos daquele estranho ser,
o mestre de cerimônias de nossa miséria cultural.”¹²

Neste capítulo tentaremos compreender o significado de uma ação que rompe com determinados códigos pré-estabelecidos e compartilhados por uma coletividade de homens, para isso é necessário proceder a uma investigação sobre a natureza desse código e em seguida sobre a natureza da ruptura realizada.

A vida social é mediada por um código de conduta nem sempre explícito, o qual traça os limites do que é permitido ou proibido, em outros termos, o que é percebido pelas pessoas como “normal”. Dessa forma, o contato com o outro é sempre orientado por uma pauta de interdição que nos fornece os limites dentro dos quais podemos nos expressar.

Adentramos, aqui, no domínio do decoro. É o decoro que impede os homens de praticar atos impróprios diante de outros; impróprio, entendido enquanto um ato que ofende a sensibilidade humana e que provoca um sentimento desagradável de constrangimento. Sentir constrangimento, seja na forma da vergonha ou da aversão, em uma situação social não apenas indica que existe um código que define o limite entre o tolerável e o intolerável, mas também que ocorreu a violação desse limite. Em cada sociedade esse espaço de ação pode oferecer contornos diferentes, mais amplos, mais restritos, mais maleáveis ou mais rígidos. Pode, ainda, variar a

natureza das regras, mais voltadas para a esfera da vida política ou da vida privada. No caso deste estudo, interessa-nos o padrão constituído pela civilização ocidental, no qual se baseia a maior parte das relações estabelecidas na sociedade brasileira.

Ser civilizado é agir em conformidade com determinadas normas de conduta, ou dito de outra forma, é agir em harmonia com o padrão de normalidade estabelecido socialmente, de tal forma que não provoque sentimentos desconfortáveis no outro, como o medo, a vergonha, o nojo. O outro está sempre presente quando se pensa em decoro, seja como agente infrator, seja como testemunha que acusa a falta. Esse “outro” é o que exige uma maior atenção com a postura e com as palavras, é sempre alguém que pela simples presença denuncia a ocorrência de um ato impróprio.¹³ Mas é também o elemento de incerteza em uma relação social, pois pode romper os limites do que consideramos natural. Quando o outro age em desacordo com a norma, desafia nossa capacidade de compaixão, ou seja, nossa capacidade de compartilhar o sofrimento ou o prazer alheio, torna-se imediatamente estranho.¹⁴

Os sentimentos desconfortáveis são as melhores pistas para detectar os limites do que é percebido pela consciência como estranho. O respeito a um determinado código de conduta garante alguma previsibilidade às relações sociais, é um acordo implícito de que nenhuma das partes irá romper os limites do que é aceitável socialmente, mas também do que é suportável à sensibilidade dos indivíduos. Ao evitar alguns gestos e palavras, estamos reafirmando para o outro que somos pessoas razoáveis, merecedoras de respeito e confiança.

¹² *Folha de São Paulo*, “Sexo no Brasil virou show iluminado”, 06/07/1999.

¹³ Ver: Sampaio e Rossi, “A condição de estranho nas relações cotidianas” (Martins, 1999).

¹⁴ Estranho é tudo aquilo que não é familiar, o que não pertence a esfera dos elementos conhecidos. O estranho provoca desconforto, sentimento desagradável como a repulsa, o medo, a desconfiança, exatamente por não se saber o que dele esperar. Aqui utilizamos o estranho ainda no sentido de algo que é alheio ao sujeito, que não faz parte de seu universo.

O decoro

O decoro nos interessa, aqui, não enquanto um código moral que serve como referência para qualificar a conduta apresentada no *Programa do Ratinho*, mas enquanto mediação através da qual se constróem as relações sociais e por meio da qual ganham sentido as ações dos diferentes interlocutores envolvidos (Martins, 1999).

O comportamento apropriado para cada situação nem sempre é expresso em regras que podem ser enunciadas pelos atores de uma interação social, em geral essas regras são percebidas apenas quando irrompe o embaraço, ou seja, no momento de ruptura da normalidade da situação. O sentimento desconfortável provocado por um comportamento impróprio traduz exteriormente a regra interiorizada, e é dessa forma que percebemos que uma infração foi cometida (Martins, 1999). É o embaraço que acusa a quebra do decoro, e mais do que isso, revela a natureza da regra até então oculta.

O embaraço, que se manifesta como repulsa ou vergonha, é um sinal de que se está diante de algo que perturba, que rompe com a normalidade da situação. Nesse sentido, o desconforto provocado pelo *Programa do Ratinho* – desconforto revelado pelos textos que circularam na imprensa e que veremos mais adiante – mostra que está em jogo um código de conduta que é compartilhado e, ao mesmo tempo, desrespeitado pelo programa.

O decoro nos fala sobre aquilo que não deve ser exibido, o que deve permanecer oculto aos nossos sentidos. Seja uma cena desagradável de violência, de pornografia, seja hábitos anti-higiênicos, referências às necessidades fisiológicas, enfim, cenas que provocam nojo ou vergonha. Aquele que expõe o outro a tal situação é qualificado como depravado, inculto, grosseiro ou louco. Todos esses não obedecem às regras de interdição que os proíbe de revelar o que provoca mal-estar. Essas regras protegem a sensibilidade dos homens e definem o que deve ser ocultado de todos ou pode ser revelado apenas a alguns poucos.

Essa segregação, por meio da qual tudo aquilo que é sentido como repulsivo é removido para onde não pode ser visto, ou seja, para a intimidade, e que hoje é percebido como natural, é resultado de um longo processo de “civilização” das sociedades ocidentais (Elias, 1999). Tudo o que lembra a condição animal do homem foi banido para a esfera do segredo, assim ocorre com a sexualidade, a violência, as excreções e funções corporais em geral. Há uma tendência a separar cada vez mais o que pode ser presenciado por outros, daquilo que deve permanecer oculto. O sentido do processo de transformação, como observado por Elias, é para o controle cada vez mais rigoroso dos instintos e emoções, e para a eliminação progressiva das necessidades do homem da vida pública da sociedade (Elias, 1999).

A concepção de decoro remete à idéia de autocontrole das emoções e dos instintos, uma vez que impõe agir de acordo com um código construído socialmente. O que não significa que existam como instâncias separadas, a subjetividade de um lado e os preceitos sociais de outro, ou como se houvesse uma injunção externa sobre o indivíduo. Essas duas dimensões se misturam, e aparecem como algo que pode ser descrito como a psique do indivíduo. A forma como esse código social é internalizado e perfaz a subjetividade do sujeito não será discutida neste trabalho, é importante apenas reter que a personalidade individual é conformada pelos aspectos psíquicos que se relacionam diretamente com os valores sociais. Norbert Elias, em sua obra *O Processo Civilizador*, evidencia essa ligação ao mostrar como a mudança do patamar de vergonha e delicadeza dos sentimentos, ao longo dos últimos séculos, é intrínseca às transformações do que a sociedade permite e proíbe, ou seja, o padrão de personalidade se desenvolve na mesma direção dos padrões sociais. Esse processo é percebido pela maneira como o indivíduo se comporta e sente: comportamentos e hábitos que eram aceitáveis para o padrão de costumes de determinada época, passam a ser sentidos como repulsivos para os homens da época posterior. Falar em mudança do patamar de delicadeza é falar sobre a mudança na estrutura dos sentimentos, mudança na própria subjetividade dos indivíduos. O que inicialmente aparece como regras de etiqueta, ou seja, restrições externas em consideração ao outro, para poupá-lo de sentimento desagradável, é posteriormente acolhido pelo indivíduo como parte de

si mesmo, ou nas palavras de Elias, torna-se cada vez mais um “automatismo interior”, a sociedade “internalizada”, que define como o sujeito deve se portar nas diversas situações da sua vida (Elias, 1999).

Os homens passam a se preocupar cada vez mais com o outro, em um duplo sentido: cultivam hábitos mais refinados ao mesmo tempo em que desenvolvem uma maior sensibilidade em relação ao comportamento alheio. O processo desenvolvido nas sociedades ocidentais em direção a uma mudança específica no padrão de comportamento, no maior cuidado com as palavras, com o gestual, com o vestir, com o comer, é acompanhado por uma mudança na estrutura das emoções e se manifesta como sentimentos de desagrado, repugnância, medo ou vergonha. Dessa forma, o constrangimento que alguém sente ao perceber uma situação, um gesto, uma palavra inoportuna, diz mais sobre sua própria estrutura emocional do que sobre o agente molestandor. Indica o que é sentido como “natural” e o que é considerado aberrante, aquilo que desvia da norma. Sobre o infrator obtemos informações à medida que interrogamos a relação entre um e outro, entre este que age em desacordo com determinado código de conduta e aquele que foi ofendido. O sentido da ação é dado em função do padrão de sensibilidade do outro. É na interação que descobrimos o significado da falta cometida, pois o transgressor pode ter consciência das regras ou não, pode haver a intencionalidade de romper com determinado padrão ou a completa ignorância de tais regras (essa questão será melhor desenvolvida no próximo item).

Ao mostrar cenas de pessoas sendo torturadas, deficiências físicas e mentais, ou agressões entre pessoas, o programa desobedece a regra fundamental da civilidade, rompe o limite que separa a intimidade e a vida pública, ultrapassa a barreira do que é aceitável socialmente como razoável e decente. Uma passada de olhos sobre os títulos de alguns artigos¹⁵ já oferece indícios sobre a disposição de determinados grupos em relação ao programa:

- *Cortejando a baixaria*

- *Mercado de baixaria, baixarias do mercado*

- *No fundo do esgoto*
- *Campeonato da vulgaridade*
- *Televisão produz baixaria porque é produto vendável*
- *Alta audiência não ajuda ‘contaminados’*
- *O alerta do bom senso e da psicologia*
- *Nós e o lixo na televisão*
- *Exibição no “Ratinho” chocou o país*
- *Horrores e anjos no mundo da tv*
- *Novo show de gladiadores no circo romano da tv*
- *Baixaria e realismo*
- *A gente se vê na arena do Ratinho*
- *Os novos reis da baixaria*
- *Em defesa do mau-gosto*
- *Encontro com o capeta*
- *Para ser popular não precisa ser podre*
- *Tudo o que está por trás do mau-gosto*

O *Programa do Ratinho* é sempre descrito como “baixaria”, “vulgaridade”, “lixo”, “mau-gosto”, “podre”, ou seja, ele representa uma conduta que é desprezada socialmente, que é vista como inferior, que se opõe ao que é valorizado, ao que é desejado, ao que provoca admiração e satisfação. Os artigos publicados na imprensa fornecem um importante material de análise, no qual se expressa um enorme incômodo com relação ao *Programa do Ratinho* e ao próprio apresentador.

Mas o que está por trás desse incômodo? Um sistema de valores que pauta a percepção do que é decente e digno, e do que é desprezível e degradante.

¹⁵ Material colhido em jornais e revistas publicados entre 1998 e 2002.

Lendo os artigos encontraremos elementos que nos ajudam a compreender a natureza do incômodo provocado pelo programa.

Conversei com pessoas que assistiram ao programa. Depois de ver as cenas de tortura, todas tiveram dificuldades para dormir, enjôo ou crises de choro. Antes de exibir as imagens, Ratinho alertou aos pais que retirassem crianças da frente da TV, dizendo que aquelas seriam as cenas 'mais violentas exibidas na TV brasileira'. (colunista, *Folha de São Paulo*, 30/10/2000)

"Um horário absolutamente incompatível com o seu teor", diz o Ministro da Justiça, José Gregori, "as cenas exibidas são extremamente violentas e repugnantes, expondo a vítima a uma flagrante violação de sua dignidade." (*Jornal da Tarde*, 25/10/2000)

O programa incomoda ao exibir cenas que provocam um mal-estar profundo, agriem a sensibilidade das pessoas, provocando um desconforto que se manifesta fisicamente. A aversão é atribuída ao fato de assistir outro ser humano sofrendo violência, ou sendo humilhado e exposto ao vexame:

Ratos, na pior expressão da palavra, são esses shows de TV que se escoram na exploração da miséria e da ignorância dos chamados "excluídos" da sociedade. (...) Ratos: devoradores de tudo, até de carne em decomposição. O que os torna perigosos para os homens é o fato de serem portadores de germes de graves enfermidades, de capacidade de multiplicação epidêmica. Um escândalo a humilhação a que o "Programa do Ratinho" expôs, na semana passada, a menina C.B.S. (grávida vítima de estupro) e seus pais. (articulista, *Folha de São Paulo*, 06/10/1998)

A representação da Procuradoria-Geral sustenta que o Programa do Ratinho se vem notabilizando por apresentar "as misérias humanas em grau máximo de degradação, expondo a situações de vexame e constrangimento as pessoas entrevistadas", "tudo visando somente à garantia de índices de audiência". A Procuradoria de Justiça esclareceu que não defende a volta da censura. Insiste, porém, na tese de que a sociedade "tem de encontrar instrumentos, dentro do regime democrático, para reagir contra atos que atentam contra a dignidade humana". O público tem o direito de assistir a programas que não atentem contra a pessoa humana. (*O Estado de São Paulo*, 02/11/98)

Ser vítima de um ato de violência coloca a pessoa em uma situação de privação de direitos e de honra, ou seja, ela perde o que garante sua "humanidade". É colocada em uma situação de inferioridade, é, dessa forma, humilhada. O programa exibe cenas nas quais pessoas, em situação de vexame, rebaixam-se diante dos olhos de quem as vê, perdem a dignidade, pois não se comportam de acordo com o padrão de conduta que lhe garante a admiração dos outros, ao contrário, provocam pena, nojo, vergonha. Mas não são apenas as pessoas que se expõem no programa que perdem a sua dignidade, mas principalmente quem assiste e se

diverte com o rebaixamento do outro:

Apelações como essas, que degradam duplamente as vítimas da violência, degradam também a todos nós. Rebaixam os padrões da nossa convivência. No fim da história, todos somos vítimas do show de horrores. (colunista, *Folha de São Paulo*, 28/10/2000)

Aquele que ri diante da exposição do outro em uma situação constrangedora mostra que não introjetou o padrão de sensibilidade que acusa aquilo como algo insuportável, mostra que não assimilou completamente o código que define o homem civilizado, aquele que possui o refinamento dos modos e a delicadeza dos sentimentos. Tanto o ato de exibir quanto o de se divertir com cenas constrangedoras demonstram uma consciência rude, pouco cultivada. A degradação do ser humano está em exibir esses comportamentos que revelam seu lado “primitivo”, “bárbaro”, “selvagem”, no sentido de pouco cultivado pelos hábitos civilizados, comportamentos que deveriam permanecer ocultos, afastados do convívio social, que deveriam ser reprovados e não exibidos.

Se a opinião pública imagina que o nível de muitos programas de televisão já atingiu o fundo do poço da vulgaridade - para não dizer da autêntica degradação moral -, está, infelizmente, enganada. Infinita é a capacidade de aviltamento desse surrealista campeonato de baixarias em que se transformou certa programação da TV. (...) Na contramão da Constituição e a pretexto de oferecer o que o público quer - como se todas as demandas fossem legítimas independentemente de quaisquer referenciais morais -, arma-se um desfile daquilo que a natureza humana é capaz de produzir de mais sórdido e abjeto. O que vemos, portanto, é uma sistemática agressão aos valores éticos e ao próprio estado de direito democrático (*O Estado de São Paulo*, 20/09/98)

O que está sendo ofendido é um certo código baseado em valores morais e éticos, que garante um padrão de convivência entre as pessoas, e que protege sua sensibilidade. O respeito a esse código permite um grau de previsibilidade em relação à ação do outro, oferece um grau de segurança e conforto às pessoas.

Ao revelarem sua repulsa, jornalistas, críticos de televisão, estudiosos dos meios de comunicação, profissionais da televisão, leitores dos jornais, e especialistas de diversas áreas, nos contam de seu próprio sistema de valores e de um determinado padrão de comportamento que eles próprios tomam como aceitável, decente e mesmo “superior”. O tom que permeia a maior parte dos

artigos é o sentimento de repulsa que as cenas exibidas no programa causam, e em função disso o espanto por ver *programas* desse tipo proliferarem na televisão. Paira uma incompreensão: “*não são apenas as histórias e as imagens apresentadas no Ratinho que causam espanto, mas também a capacidade das pessoas de ir ao programa e se expor de maneira constrangedora*”. Como um programa que representa “*o que há de mais boçal nesse carrossel de vulgaridade e primitivismo*” permanece no ar?

A surpresa parece advir do fato de existirem pessoas que possuem um outro padrão de sensibilidade, considerado inferior e primitivo, que as torna capazes de exibir comportamentos sentidos como “sórdidos” e “abjetos”, sem sentir constrangimento com isso; espanta existirem pessoas que não estão submetidas a um código que diz que elas deveriam ter vergonha de determinados atos. E por outro lado, é difícil compreender como milhões de pessoas assistem a esse tipo de espetáculo e não sentem aversão.

O que se lê na imprensa é o grito desesperado de pessoas que assistem a televisão agredir seus preceitos éticos e morais mais valorizados, sob o aplauso de grande parte da sociedade, o que mostra uma “crise” dos valores que fundamentam a sociedade democrática ocidental:

E finalmente, refiro-me aos programas populares. Isto porque, o *Programa do Ratinho* (lembra o Homem do Sapato Branco?) não tem limites éticos. Vale tudo! Desde o homem que teve relações sexuais com uma novilha, passando pelo rapaz de quatro braços e pênis de anzol, e chegando à mulher que expele charutos da sua genitália. Mas o *Programa* não pára por aí. Somos “convidados” a assistir lutas corporais, humilhação de pessoas humildes, exaltação à esperteza espúria, e outras inomináveis “baixarias”. Tudo isso, no entanto, em busca de maior audiência e em nome das “liberdades democráticas”. O que é isto, senão uma crise de valores éticos e morais? É necessário pensarmos, urgentemente, em como se fazer *Programas* televisivos com melhor qualidade. (professor universitário, *O Estado de São Paulo*, 03/12/2000)

A existência de um programa desse tipo choca, pois revela que os valores considerados fundamentais para a civilização ocidental estão sendo ofendidos e menosprezados por uma grande parcela da população, e que não existem meios legais para impedir que isso ocorra, para impedir que a sociedade mergulhe na “barbárie”, retroceda a um estado de “primitivismo”.

Todas essas críticas revelam uma determinada disposição social, na qual

aqueles que enunciam tal avaliação se vêem distanciados daqueles aos quais se referem. Pode-se dizer mais, que ocorre uma depreciação do outro, daquele que faz ou assiste ao *Programa*, situando-o em uma posição inferior à daquele que realiza a crítica.

Nesse sentido, não existe nenhuma identificação com o *Programa* da parte de quem enuncia essas opiniões, ocorre ao contrário um estranhamento. E aqui retomamos a questão do estranho. O estranho é em geral percebido como algo que foge da normalidade, no sentido em que é algo a que não estamos acostumados, é aquilo que foge aos padrões e costumes estabelecidos pela sociedade, é o que está fora, o que não faz parte. Estranhar um determinado comportamento é não reconhecer seu significado, é percebê-lo como alheio a si próprio, é marcar a distância entre aquilo que se despreza e sua própria conduta. Nega-se dessa maneira qualquer identidade com aquele que se rejeita.

Significa que aquele que enxerga o outro como barbárie enxerga a si próprio como civilizado. Ou seja, cultiva determinados hábitos e valores, que o caracterizam como um homem civilizado. Como observa Federico Neiburg:

Aquele que se enxerga como encarnando os valores da Tradição (ou da modernidade como em nosso caso brasileiro) estigmatiza o outro como anomia, delinquência, violência e desintegração. (Elias, Introdução, 2000)

Toda vez que alguém denuncia um “mau comportamento”, supõe-se que tem em mente um determinado padrão de “bom comportamento”; ao se sentir ofendido por uma grosseria, é porque sua sensibilidade se baseia em um código de “boas maneiras”, o qual é sonogado ao outro, definido como grosseiro. Enxerga o outro como negatividade, aquele que não possui “boas maneiras” ou educação, aquele que é destituído de “cultura” e moral. O outro é ausência, enquanto ele próprio é presença. Um leva o sinal positivo, o outro o sinal negativo. Enfim, existe um sistema de valores pautando a percepção dos indivíduos em sociedade, o qual valoriza determinados comportamentos e conhecimentos. Dessa forma, os textos publicados em jornais e revistas nos oferecem indicações acerca da disposição de certos grupos com relação ao *Programa* e seu apresentador e nos contam sobre as

idéias de valor nas quais se baseiam e que são compartilhados socialmente.

A indignação manifestada por um grupo “intelectualizado” que tem acesso à imprensa – o qual se interroga como é possível em uma sociedade “civilizada” permitir-se que programas com um baixo nível cultural, que atentam contra a dignidade humana e os costumes mais elevados, sejam livremente transmitidos, e ainda, apreciados por boa parte da população – revela que há uma idéia de civilização enquanto processo linear e homogêneo, e tudo o que está em desacordo com isso é considerado uma aberração ou retrocesso, que merece ser extirpado do convívio social.

Se o estranho é o oposto ao que é íntimo, muitas vezes o íntimo pode vir a tornar-se estranho. Um comportamento aceitável em um ambiente doméstico é estranho a um local público. Dessa forma, estranho é também tudo o que deveria permanecer secreto mas veio à luz. O estranhamento em relação ao *Programa do Ratinho*, que se nota nos artigos publicados na imprensa, não se deve simplesmente aos comportamentos exibidos em si mesmos, mas à publicização desse comportamento, a qual revela uma faceta do ser humano que deveria permanecer reprimida. Não se condenam as pessoas por resolverem suas desavenças aos tapas, mas por fazerem isso em frente às câmeras. O “atentado à dignidade humana” não é o fato em si, mas a publicização de determinados comportamentos, a ação de exhibir cenas em que pessoas estão em situação de constrangimento.

“Um escândalo a humilhação que o “Programa do Ratinho” expôs, na semana passada, a menina C.B.S. (grávida vítima de estupro) e seus pais.” (artculista, *Folha de São Paulo*, 06/10/1998)

“O Programa (do Ratinho) notabiliza-se por apresentar as misérias humanas em grau máximo de degradação e por expor a situações de vexame e constrangimento as pessoas.” (Procurador-geral de Justiça, *Folha de São Paulo*, 27/10/1998)

“Se não existe algum tipo de penalidade para quem expõe uma menina de três anos à violação de sua dignidade na frente das câmeras, o ministro que trate de inventar uma.” (colunista, *Folha de São Paulo*, 30/10/2000)

“Atendendo a pedido do Ministério Público, o juiz Ricardo Belli proibiu brigas e deficientes no ‘Programa do Ratinho’ por entender que a exibição fere a dignidade humana e a Constituição, que prevê que a programação das emissoras deve respeitar os ‘valores éticos e sociais’.” (*Folha de São Paulo*, 27/11/1999)

Pode-se perceber que a indignação é voltada contra o programa, é ele que

agride os valores e promove a degradação humana. A grande maioria das críticas publicadas na imprensa segue esta linha argumentativa: “o espetáculo foi tão degradante”, “as cenas exibidas são extremamente violentas, expondo a vítima a uma flagrante violação de sua dignidade”.¹⁶ É a ação de exibir a cena que degrada, a vítima, quem exhibe e quem assiste; a violação não se deve ao ato de agressão em si, a violação, aqui, está em se exibir a violência, em expor diante de milhares de olhos a pessoa que sofreu a violência. O que humilha o ser humano é ser visto em condições depreciativas.

Todavia, o *Programa* não é o único a transmitir pela televisão situações indecorosas, e mesmo na vida cotidiana não são raras as situações em que alguma regra de conduta é desobedecida, momentos de desconforto, mais ou menos intenso. Em geral, tende-se a evitar tal confronto, mas quando isso não é possível, procura-se neutralizar seu efeito, fingindo naturalidade¹⁷, desviando o olhar¹⁸ ou, simplesmente, mudando o canal da televisão. No caso do *Programa do Ratinho*, poder-se-ia supor que incomoda pouco, uma vez que basta mudar o canal para não ser obrigado a presenciar as cenas desagradáveis. Não obstante, o *Programa* incomoda muito, como se verifica pelo teor e pelo elevado número de artigos publicados na imprensa, freqüentemente, desqualificando o *Programa* e seu apresentador. Nesse sentido, somos levados a supor que o objeto de desagrado não é simplesmente o *Programa*, mas, sim, sua elevada audiência. O incômodo sentido por algumas pessoas é causado pelo fato de um grande número de telespectadores “gostarem” do *Programa*. O sentimento de incômodo manifestado por meio da imprensa é amplificado pelo fato de milhares de pessoas não compartilharem o sentimento de repulsa. E por se saber que, em alguma instância, esse comportamento inoportuno encontra legitimidade e difunde uma ética estranha à sua própria. É o fato de o *Programa* ser visto como difusor de “germes de graves

¹⁶ Trechos retirados respectivamente de *Veja*, 01/11/2000 e *Jornal da Tarde*, 25/10/2000.

¹⁷ Em uma pesquisa realizada em 1996, na qual foram colhidos relatos de situações em que ocorreram a quebra do decoro, muitos foram os casos em que os entrevistados confessavam recorrerem a mentira e a dissimulação para amenizar seu constrangimento. Ver: Olivato & Landini, “Mentir e fingir: a cumplicidade na observância do decoro” (Martins, 1999).

¹⁸ Sobre a questão do olhar ver: Sanchez, Parra & Mello, “Olho no olho: repressão, solidariedade e comunicação”, (Martins, 1999).

enfermidades”, de “degradação moral” ou sinal da “crise dos valores éticos e morais da sociedade”. Retomaremos essa questão no quarto capítulo.

É interessante notar que o decoro enquanto pauta de interdição socialmente construída, que define quando, onde e como os homens devem se comportar, funciona como um código que permite identificar a posição social do indivíduo.

A suavização das maneiras, a polidez, o refinamento dos hábitos cotidianos desde a Idade Média não foram condicionados pela necessidade de higiene ou outra motivação racional,¹⁹ mas em função do desenvolvimento de uma delicadeza que distinguia a classe alta dos demais grupos sociais. Com o surgimento das cortes européias, no século XV, esse expediente se tornou central na constituição da auto-imagem das classes aristocráticas, que passaram a cultivar as boas maneiras à mesa, a delicadeza de sentimentos, sempre associado a um movimento de diferenciação social dos outros grupos – nobreza rural, burguesia e plebe.

Os aristocratas se distinguiam pelos modos cortesês e a polidez característica dos homens “bem-nascidos”, ou seja, nascidos em um determinado lugar social: a corte. O desenvolvimento de uma delicadeza de sentimentos, o refinamento das maneiras sociais, o apreço por determinadas atividades, a educação e conhecimento nas artes, bem como o gosto em geral, consolidaram-se enquanto capital simbólico, adquirido desde a infância e que passou a compor a própria personalidade do homem aristocrata. Isso se traduzia em prestígio social, ou seja, na valorização dos membros da sociedade de corte aos seus próprios olhos e aos olhos dos outros, ao mesmo tempo em que reduzia o valor daqueles que pertenciam aos outros grupos e que não possuíam tal capital, condenando-os a uma posição desprivilegiada e desprestigiada na configuração social.

A percepção do valor pessoal, do outro e de si mesmo, era condicionada por

¹⁹ Esse tema é desenvolvido em um artigo de Jessé de Souza, *in*: Waizbort, 1999.

esse sistema de valor que se traduzia no conceito de civilização. Elias afirma que esse conceito tinha a função de “expressar a auto-imagem” da aristocracia que se distinguia dos outros grupos sociais por um comportamento específico pautado em regras de etiqueta que ordenava as condutas e hábitos cotidianos. O refinamento das maneiras sociais era o que caracterizava a classe alta em oposição àqueles considerados mais simples e socialmente inferiores (Elias, 1999).

Ainda hoje é corrente a noção de civilidade enquanto código que atribui valor positivo aos indivíduos. Ser civilizado é possuir uma estrutura emocional que está de acordo com o padrão de comportamento valorizado nos países cristãos, que estão concentrados na porção oeste do globo terrestre. Ser civilizado é, na verdade, ter sido civilizado, é ter internalizado ao longo da vida determinados códigos que orientam a ação de cada um, e que, ao mesmo tempo, permitem compreender a ação do outro, bem como, atribuir-lhe valor. A ausência de civilização é a barbárie, o processo civilizador incompleto é o atraso. Se nas sociedades de corte a civilização era atributo de poucos, hoje vivemos em uma sociedade civilizada, e tudo o que foge a esse padrão, sentido como natural, é, ainda hoje, considerado inferior e muitas vezes, como pudemos perceber, incompreensível.

Compartilhar determinado código social cria laços entre os membros de um grupo, que são identificados e localizados na configuração social. Por outro lado, denuncia aqueles que não pertencem ao grupo, os *outsiders*, os quais não dominam o código de comportamento e de valores prezados naquele circuito. O esmero das maneiras surgiu como um fator de diferenciação social e, ainda hoje, é um sinal distintivo entre grupos sociais.

Os hábitos, a fala, o vestir são códigos que comunicam estereótipos e ajudam a identificar a pessoa a um grupo, seja de uma determinada classe social ou de um movimento qualquer. Os grupos criam distintivos, como no modo de se vestir, no linguajar, nos rituais, nos gostos de modo geral, nos hábitos cotidianos, que permitem reconhecer a origem social do indivíduo. Os distintivos sociais são acrescidos de valor conforme o *status* do grupo ao qual se vincula. Apreciar determinadas bebidas, frequentar certos ambientes, ouvir certas músicas, praticar

determinados *hobbies*, são sinais que identifica o lugar de uma pessoa na configuração social, e lhe confere maior ou menor valor, mais prestígio ou desprezo social. Dessa forma, apreciar a música erudita, ser conhecedor de vinhos, da literatura universal agrega valor aos indivíduos, garante prestígio social, enquanto a ausência desses atributos é sinal de inferioridade, ou seja, apreciar o que é considerado “brega” significa confessar sua indignidade.

Diversas pesquisas de opinião realizadas no ano de 1998 apontaram para uma insatisfação generalizada com a “baixa qualidade” dos programas transmitidos pela televisão brasileira, em alguns casos o *Programa do Ratinho* apareceu como o pior programa ou entre os que deveriam ser extintos. Isso espantou os estudiosos e jornalistas, uma vez que os dados coletados nas diferentes pesquisas contrariavam os dados do IBOPE, o qual atribuía uma ampla audiência aos programas mais criticados na pesquisa e uma audiência incipiente aos programas “educativos”, os quais tiveram um elevado índice de aprovação. Não devemos colocar a questão em termos de mentira, os entrevistados foram indagados acerca de sua opinião em relação à qualidade dos programas televisivos e não sobre os programas que mais assistem. O que é significativo para nós é que muitas pessoas que assistiam aos programas considerados “baixo nível” não expressaram uma simpatia pelos mesmos. Assumir que se aprecia algo que é condenado socialmente como o “fundo do poço” é assumir sua indignidade diante daqueles que se auto-afirmam superiores.²⁰ O próprio apresentador parece ter consciência dessa dinâmica: “*as pessoas têm vergonha de falar, mas vêem o programa, senão não daria o ibope*”.²¹ Ter vergonha em assumir que assiste e gosta do programa é reconhecer um determinado código que qualifica-desqualifica os sujeitos em função de sua conduta e de seus gostos. Assumir sua preferência é aceitar a humilhação e o

²⁰ Quanto a esse ponto é interessante notar que muitas pessoas não apenas sentem necessidade de enfatizar que não assistem ao programa mas demonstrar sua desaprovação quando alguém próximo a elas o faz. Em uma pesquisa realizada em São Paulo, em 1996, foi observado a preocupação dos entrevistados em relação a quebra de decoro praticada por parentes ou amigos próximos, pois sentiam-se “contagiados” pelo mau comportamento daqueles. Na construção da imagem do “eu” concorrem diversas informações: além daquelas obtidas pelo próprio comportamento do sujeito, são utilizadas outras, fornecidas pelas pessoas que pertencem ao mesmo grupo familiar ou social. Sobre esse assunto ver Martins, 1999; e Goffman, 1985.

²¹ *O Estado de São Paulo*, “Ratinho volta a fazer barulho”, 17/01/1999.

rebaixamento diante dos outros.

A existência de um programa que expressa idéias e comportamentos que causam mal-estar em uma parte da população, ao mesmo tempo em que diverte uma outra parte, já nos indica que coexistem diferentes padrões de sensibilidade em nossa sociedade. De alguma forma, a sociedade brasileira permite que coexistam esses diferentes padrões e, mais do que isso, que existam espaços em que os padrões vistos como “estranhos” apareçam colocando em questão a legitimidade do que é considerado superior. Essas aparições não podem ser compreendidas enquanto excepcionalidades, ou como se fossem anormalidades que precisam ser eliminadas. Têm que ser compreendidas em seu significado cultural, ou seja, enquanto realidade produzida socialmente.

A pergunta formulada inicialmente, “por que o *Programa do Ratinho* incomoda?”, ganha outra dimensão. É pensar esse *Programa* não como o objeto central a partir do qual gira esta pesquisa, mas ter no próprio incômodo que ele suscita o ponto de partida. É olhar da perspectiva de quem sofre a ofensa e ao mesmo tempo de quem realiza a ruptura.

Baseado na observação do programa e recorrendo a entrevistas publicadas na imprensa com o apresentador, será apresentado, no próximo item, esse “outro” tratado pela imprensa como estranho, mas agora a partir de sua própria perspectiva. É o ponto de intersecção entre a imagem que a imprensa faz do programa e de seu apresentador, e a imagem que ele próprio constrói de si, que pode nos oferecer uma base mais sólida para compreendermos o significado desse *Programa*.

O deboche

“Às vezes coloco lá no palco umas coisas que os jornais acham baixaria - mas eu não acho - só para chamar a atenção da imprensa, só para falarem mal de mim, eu gosto.”²²

Aqui, não é o decoro propriamente que nos interessa, mas a ruptura dessa mediação nas interações sociais. Por que romper propositadamente as referências a partir das quais se constróem as relações sociais? Qual sentido podemos atribuir a um programa que utiliza como estratégia de conquista de audiência determinado padrão de comportamento, de valores, de ética, de gosto, de humor que agride a sensibilidade de pessoas e que se contrapõe deliberadamente a um padrão legitimado socialmente como superior?

Observando o *Programa do Ratinho* fica evidente que as rupturas ocorridas, não apenas em relação aos códigos de conduta, mas às próprias práticas do universo televisivo consideradas superiores, são conscientes. A cada impropriedade são mobilizados os recursos sonoros e os efeitos de câmera para enfatizar a quebra da normalidade. A vinheta "*Esse é o meu patrão!*" é recorrente ao longo do programa e marca esses instantes de “quebra” da normalidade toda vez que o apresentador coloca alguma opinião polêmica, investe intempestivamente contra alguns de seus assistentes ou, ainda, critica alguma personalidade pública. As risadas lançadas ao ar – difícil distinguir se vêm da platéia ou de uma gravação pois se misturam aos ruídos e vozes que preenchem a atmosfera – são outra forma de marcar a ruptura.

O deboche é o mote do programa, a todo instante se rompe propositadamente a normalidade da situação, para provocar o riso mas também como forma de afirmar o caráter despojado representado por Ratinho. Mas se debocha de quem ou do quê? Veremos que o deboche não tem um alvo explícito, não se debocha de alguém ou de um “tipo social” (como ocorre em geral nos

²² Ratinho, citado em *Folha de São Paulo*, 27/08/2000.

programas humorísticos, os quais se utilizam de estereótipos sociais da mulher, do caipira, do negro, do homossexual, do político etc.). A troça ocorre ao se afirmar um comportamento que se sabe impróprio e que incomoda determinadas pessoas. O objeto do riso não são as pessoas que se envolvem nas “baixarias”, mas a própria situação que se sabe “proibida”. O riso é provocado ao se ver alguém rompendo determinado padrão de conduta. A briga, a violência incontida, a explosão das emoções são percebidos como dados da realidade, são as pessoas como elas são na vida “real”. O elemento engraçado não é intrínseco à cena, mas está no ato de se exibir tal cena, sabendo-se que ela rompe com o padrão de conduta aceito socialmente como razoável e civilizado. A graça não está nas pessoas que se expõem diante das câmeras, mas na ruptura que elas realizam ao exibirem suas emoções, seus impulsos agressivos, suas deficiências, seus corpos, enfim, tudo aquilo que deveria ser guardado na intimidade. O alvo do deboche é, portanto, aqueles que estão submetidos a determinado código de conduta e que são agredidos em sua sensibilidade.

Vale ressaltar mais uma vez que a oposição que se estabelece aqui não é em relação às regras sociais de modo geral, mas àquelas que definem o comportamento aceito socialmente como superior.

A percepção de que um comportamento é superior baseia-se em um determinado sistema de valores. É esse sistema que pauta as ações dos indivíduos e dá um sentido às práticas cotidianas, as quais se transformam em distintivos legitimados socialmente e que agregam valor aos sujeitos. O respeito às normas de conduta definidas como superiores atribui ao sujeito um valor moral, proporcionando admiração dos outros e ao mesmo tempo auto-estima. Elias discorre sobre essa dinâmica ao analisar a relação na sociedade de corte do século XVIII e alerta para a interdependência que se estabelece entre pessoas que convivem em sociedade, uma questão que será valiosa nesta reflexão:

Esta interdependência constitutiva dos juízos de valor feitos por indivíduos agrupados numa sociedade torna difícil, se não impossível, que cada um em particular procure a realização das suas ambições através de ações que não tenham qualquer hipótese de lhe dar, no presente ou no futuro, uma recompensa, sob a forma de estima, de gratidão, de afeto, de admiração, em

suma, a confirmação e o aumento da consideração que merece por parte dos outros. (Elias, 1987, p. 50)

Observando a imprensa, percebemos que a ação de Ratinho consegue o oposto à estima, gratidão ou admiração. O comportamento de Ratinho e o comportamento das pessoas que vão ao *Programa* – ou mesmo daquelas que assistem – não parece alcançar ou mesmo buscar a recompensa da admiração. Mas diversas pistas levam a supor que esta afirmativa não é verdadeira, ou não completamente. Se por um lado seu comportamento agride diretamente algumas pessoas, por outro, suscita a aprovação e admiração de outros, como podemos observar nas cartas enviadas aos jornais. Ele constrói de si próprio uma imagem positiva, como veremos no próximo capítulo.

Observando o comportamento e o discurso do apresentador, percebe-se que há uma dinâmica: ora ele se mostra indiferente ao juízo que determinadas pessoas possam fazer de sua conduta, ora revela mágoa por sentir-se excluído de certos círculos sociais, enfim, não é indiferente à imagem que “os outros” fazem a seu respeito. É fácil verificar a posição atribuída por uma classe média e alta, intelectualizada, ao apresentador Ratinho e ao seu programa. É um indivíduo que se localiza fora de um certo círculo de relações, que não compartilha do mesmo código de comportamento. É possível, ainda, perceber que há uma estratificação social e que na visão desse grupo Ratinho se localiza em uma posição inferior à deles, como é sugerido em alguns artigos:

Tenho certeza de que o leitor desta coluna, que costuma dizer por favor e obrigado e usa talheres (ou hashis) para comer, não deve estar ao corrente das calúnias que o senhor Carlos Massa, também conhecido pela alcunha de Ratinho, tem desferido contra mim em seu infame *Programa*. Como o infeliz sr. Massa não sabe discernir entre berço e dinheiro, posto que só possui o item posterior e, mesmo assim, à custa da prática dos mais baixos expedientes, ele agora deu para tentar denegrir o meu bom nome e o de minha família com um stratagema dos mais perversos. (colunista, *Folha de São Paulo*, 9/10/1998)

Não conheço ninguém que queira descer de classe social. No início, por curiosidade, as camadas sociais mais elevadas assistem a esses *Programas* e depois, envergonhadas, acabam rejeitando-os e passam a pressionar contra os mesmos. (Diretor de operações e *Programação* da Rede Globo, *Folha de São Paulo*, 16/11/1998)

Essa relação se complexifica ao recorrermos à visão que Ratinho tem de si próprio e de sua posição nessa configuração social. Esta estratégia para construir um modelo da localização dos atores em determinada configuração social, na qual se contrastam a experiência subjetiva dos sujeitos e a experiência coletiva dos participantes, é relatada por Elias, que concebe a experiência daquele que está sendo estudado como um elemento constitutivo da estrutura das relações de poder em uma dada figuração social, construída objetivamente pelo pesquisador. Nas palavras do próprio autor:

Raras vezes se dá o caso em que o modo como estratos sociais em mútuo contato se classificam mutuamente – isto é, as imagens que se fazem da hierarquia social – é independente do real gradiente de poder entre eles. Do ponto de vista histórico, existem certamente fases de transição, quando a imagem popular da classificação dos estratos já não corresponde, ou ainda não corresponde, ao seu ordenamento em termos de poder. Mas com a exceção de tais discrepâncias de transição, a imagem que as classes participantes formam da hierarquia de status constitui usualmente um sintoma bastante confiável da real distribuição de poder entre elas. (Elias, 1997, p. 53)

Em geral, observa-se que a percepção do que é superior e inferior coincide entre os diferentes grupos em uma dada sociedade. Os grupos experimentam sua posição em diversas situações da vida cotidiana, construindo sua auto-imagem a partir do sentimento de superioridade ou inferioridade, que é compartilhado socialmente e nunca é uma percepção individual. Ao observar a atitude de Carlos Massa, ao longo do *Programa* e em diversas entrevistas veiculadas pela mídia, não transparece o sentimento de “indignidade” a partir do qual é avaliado na imprensa, ao contrário, ele mostra orgulho de ser quem é, enfatiza a imagem de “vencedor”. Existe aí uma ambiguidade, pois embora careça de prestígio social em alguns meios, ele é visto como um vencedor no âmbito dos negócios. É considerado um grande comunicador e empreendedor, o que se traduz em uma grande fortuna acumulada em poucos anos de trabalho na televisão. É um dos artistas mais bem pagos na televisão brasileira, e somado ao que fatura com o *merchandising*, situa-se no *ranking* dos apresentadores mais ricos da televisão.²³ O sucesso profissional se

²³ *Veja*, 15/09/1999, “A nova cara da TV”, pp. 112-119.

baseia principalmente na larga audiência que conquistou com seu programa, o que lhe rendeu a consideração de outros estratos da sociedade ligados ao empresariado. Um episódio ocorrido em 1999, no Maximídia – encontro realizado anualmente, onde se reúnem as principais e maiores empresas ligadas ao ramo de comunicação – é revelador nesse sentido. Além de Ratinho, foram convidados para participar Jorge da Cunha Lima, presidente da Fundação Padre Anchieta; Aluisio Maranhão, diretor da revista *Época*; Jarbas Nogueira, dos jornais *Notícias Populares* e *Agora São Paulo*; e o jornalista Miguel Jorge, vice-presidente de assuntos corporativos da Volkswagen. Depois de ouvir o jornalista Miguel Jorge afirmar que "*Programas que promovem linchamentos morais e exploram a miséria humana*" afugentam os anunciantes que "*buscam associar sua marca a imagens que agregam valores*", Ratinho acusou a imprensa de hipócrita e concluiu: "*Eu nem sei por que fui convidado para esse negócio de Maximídia. Quando eu dava dois ou três pontos de audiência, ninguém me convidava para essas coisas*". A platéia repleta de executivos reagiu com aplausos para Ratinho, e vaias a Miguel Jorge, que respondeu: "*É preciso algum QI para entender o que falei; meu discurso foi conceitual e não fui avisado que esse evento seria um programa de auditório*".²⁴

Nesse episódio vemos claramente o campo de tensões provocado pela figura de Ratinho. Acusado de “ignorante” e “mercenário” é repellido por determinado meio, ao mesmo tempo atrai a admiração enquanto profissional e empresário bem-sucedido.

Em diversos momentos, durante o próprio programa ou em entrevistas, o apresentador fala sobre sua condição de *outsider* em relação a um grupo específico formado por jornalistas, artistas e personalidades da “alta sociedade”. Revela, então, seu ressentimento em relação à forma como é tratado, mostra que tem consciência do desprezo social que desperta em determinados meios, ao mesmo tempo não se enxerga como “inferior”, ao contrário, demonstra orgulho de “ser o que é”, o problema é o preconceito do qual é vítima:

Mas você vê: não sou convidado para festa nenhuma, para o camarote da

²⁴ Esse episódio foi relatado pela *Folha de São Paulo*, 22/09/1999; 26/09/1999; e por *O Estado de São Paulo*, 22/09/1999.

Brahma e acho que isso é uma discriminação. Sou um cara extremamente popular. Se eu falar que tomo Brahma, aumento a venda da Brahma. Tudo bem, vou lá, compro o meu camarote e assisto com a minha família. Mas é evidente que me sinto discriminado. Não sou convidado para ir em baile nenhum, sou um rejeitado das festas. A Coca-Cola esses dias fez uma puta festa no Rio, convidou todos os artistas do SBT. Todos. Menos eu. O Gugu e a Hebe são convidados para tudo quanto é festa. Eu não. É que eu sou meio bregão, né? (...) "O Ratinho foi no restaurante Fasano, pagou 150 conto (sic) numa refeição." Não gosto de aparecer desse jeito, não faz bem para mim. Em respeito à minha origem. Acho uma puta sacanagem! E também já sei o que esses caras que estão nesses lugares pensam de mim. Eu vou lá para ser o objeto de diversão deles. (*Playboy*, julho/2001)

É curioso que de objeto de escárnio o apresentador transforme-se em sujeito, inverte a relação na qual é menosprezado. Quando está no palco torna-se o sujeito que menospreza. Algumas situações no *programa* mostram essa inversão, tal como a zombaria nas encenações dos freqüentes debates promovidos, nos quais a intenção é menosprezar e desautorizar os intelectuais e especialistas, cujo saberes os colocam em uma posição de superioridade em relação ao senso comum. Ou quando fala da “outra emissora” que é vista como superior, mas que no *programa* é rebaixada.

Pode-se perceber que o apresentador, para atribuir valor a determinado padrão de conduta, vale-se da desqualificação do outro, que é chamado pejorativamente de “fresco”, “hipócrita”, invertendo o sistema de valores legitimado como superior. O deboche funciona como um mecanismo do qual se vale para operar tal inversão. Isso fica claro em algumas situações que ocorrem ao longo do *Programa*, como quando graceja: “*Pára! Este é um programa de respeito. Pára!*”²⁵ [sobre uma música que insinua a homossexualidade de um calouro]. Está debochando da opinião que os “outros” têm dele. Ou em outra situação, em que o repórter que está apresentando uma reportagem imposta a voz, imitando um estilo identificado ao estilo dos repórteres da Rede Globo, que apresentam sempre um ar de seriedade, distanciamento, imparcialidade... Ratinho comenta que desse jeito ele vai ser contratado pela “outra emissora”. Ambas as situações revelam uma oposição entre o *Programa* e um outro estilo, uma outra ética, que é associada à outra emissora, ou ao grupo da “elite”, ao mesmo tempo, fica claro que o *Programa* busca marcar essa diferença, se valendo do deboche. Debocha do “outro” que vê a si mesmo como um “*programa de respeito*”, ou como um programa “sério”. O mesmo ocorre quando declara em tom de galhofa: “*Está no ar o programa mais brega da*

²⁵ Programa exibido dia 26/08/1999.

televisão brasileira”, ou “*Tira essa música que depõe contra este programa que é chique*”²⁶, ou ainda, “O meu programa ninguém tira do ar, porque não existe pior”.²⁷

Revela que conhece o código que o define como inferior, e ao mesmo tempo, mostra que não aceita esse código, que ri daqueles que se sentem superiores. Está insinuando, “nós aqui não fazemos pose, somos autênticos e não ligamos se vocês acham que somos brega, que promovemos a baixaria. Nós nos divertimos a custa de sua arrogância”. Diverte-se porque o outro fica chocado com o que acredita ser baixaria, mas que ele próprio, o apresentador, não vê como baixaria.

Por meio do deboche define sua posição, daquele que ri, e da vítima do sarcasmo, daquele que se incomoda. É o deboche que traça uma linha divisória entre “nós” e “eles”.

É o fato de se cometer uma falta e ter a consciência da transgressão o que provoca o riso, é o reconhecimento de que algo indecoroso, algo que deveria ser ocultado está sendo exibido para milhões de pessoas. É um ato de transgressão exibir um comportamento que se sabe contrário ao comportamento valorizado, tais como o refinamento dos hábitos e sentimentos, o auto-controle das emoções, a polidez no tratar o outro. Dessa forma, o apresentador representa a si mesmo não propriamente como um “bobo da corte” (apesar de se declarar um palhaço e seu programa um circo), aproxima-se mais do histrião que por seu comportamento inoportuno e indelicado denuncia e rejeita o sistema de valores no qual é desprezado. Reafirma as características que revelam sua baixa condição social, mas opera uma transvaloração, pois a falta de refinamento e o comportamento indecoroso transmutam-se em elementos que vão lhe atribuir um valor positivo, como veremos no próximo capítulo.

O embaraço é a manifestação exterior da vergonha e, para dizer de modo sociologicamente mais apropriado, do poder da vergonha. Portanto, aquilo que envergonha (e embaraça) é a inobservância da autoridade de uma regra. Inobservância, mais do que desobediência, porque esta última pode decorrer do

²⁶ Frases proferidas no programa exibido dia 16/08/2000.

²⁷ Citado em *O Estado de São Paulo*, 03/11/2001.

intuito da transgressão e, portanto, da insurgência contra uma definição de conduta que, do ponto de vista do sujeito, deixou de ser legítima. Pode acontecer, é claro, que o ato de transgressão deliberada de uma norma seja ato puramente externo e ineficaz do ponto de vista da construção da relação social, se a transgressão vier acompanhada dos sinais característicos do embaraço e da vergonha. Pois, isso significa que o modo de conduta que se contesta permanece interiorizado e é ele, ainda, de algum modo, o regulador de como interagimos. (Martins, 1999, p. 13)

O deboche assume uma feição muito particular: por um lado, reafirma a condição de *outsider* do apresentador, e de todos que o apóiam, em relação a um sistema de valores determinado, ao mesmo tempo, o riso indica que ainda opera dentro desse sistema de valores; por outro lado, busca legitimar um outro código, que lhe confere um valor positivo, ao ser visto como “autêntico”, como “do povo”, como veremos no próximo capítulo. Desafia, dessa forma, a própria vergonha, que é a consciência ativa do ato indigno, e que funciona como agente social que zela pela manutenção do *status quo*.

3. Simulando e Dissimulando a Vida

“Ah, o povo vem me abraçar. Não me vê
como a Xuxa nem o Gugu. Me vê como um
igual, e ao mesmo tempo como herói”²⁸

No capítulo anterior, a questão que orientou nossa reflexão foi a rejeição que determinados grupos demonstram em relação ao programa. Neste, seguiremos o caminho paralelo: o que desperta a simpatia pelo Programa.

A questão não pode ser colocada em termos de identificação do que se costuma definir como classes C, D e E – tratadas pelo termo mais geral de “classe baixa” ou “classes populares” – com o programa. Supor isso nos levaria a acreditar que as ditas classes A e B – ou “classe alta” – o repudiam, fato que alguns dados negam. Essa segmentação da população, pautada no consumo de bens duráveis, na renda familiar e grau de escolarização, não ajuda a compreender a dinâmica social que engendra esse tipo de programa. Não podemos nos atrelar a uma idéia de oposição entre as classes A e B de um lado e C, D e E de outro, como se cada qual formasse um grupo homogêneo em torno dos mesmos valores, dos mesmos interesses, dos mesmos hábitos. Uma pesquisa realizada em 1998, pela empresa CPM Market Research e pelo Grupo TVer, mostra que muitos membros das classes C, D e E reprovam esse tipo de programa, chamando-o sensacionalista;

enquanto muitos jovens que pertencem às classes A e B expressam sua preferência por essa programação²⁹. Outra pesquisa, realizada pelo IBOPE, em 1998, na Grande São Paulo, sobre o perfil da audiência de dois programas, a “novela das oito” e *Ratinho Livre*³⁰, transmitidos respectivamente pela Rede Globo e pela antiga Rede Record, mostra a inconsistência de teorias que traçam uma relação direta entre o estilo e estética de certos programas e o poder aquisitivo do público.

Distribuição da audiência

	“novela das oito” (Globo)	Ratinho Livre (Record)
Classes A e B	33%	33%
Classe C	38%	41%
Classes D e E	29%	26%

Fonte IBOPE, 1998³¹

Essa classificação da população em cinco faixas, de acordo com o “poder de consumo” familiar, se baseia em um critério utilizado pelas empresas e institutos de pesquisa, tanto de mercado quanto da chamada pesquisa de opinião. Apenas em 1997, os critérios para essa classificação foram unificados sob o nome de “Critério Brasil”, elaborado conjuntamente pelas mais importantes associações da área, Associação Nacional das Empresas de Pesquisa (ANEP), Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) e Associação Brasileira de Institutos de Pesquisa de Mercado (ABIPME). De acordo com o “Critério Brasil” a população urbana brasileira estaria segmentada na seguinte proporção:

²⁸ Ratinho em entrevista à revista *Playboy*, em julho de 2001.

²⁹ Cf. *O Estado de São Paulo*, “Programação vai de mal a pior, anuncia pesquisa”, 17/12/1998.

³⁰ O apresentador estreou na Rede Record em 1997 com um programa de variedades, chamado *Ratinho Livre*, em 1998 foi contratado pelo SBT para produzir um programa similar ao anterior, o *Programa do Ratinho*. Uma comparação pode apontar para um “abrandamento” deste último, que se percebe pela redução do número de cenas chocantes, e pelo maior apelo para a comichidade.

³¹ Esses dados foram citados por Almeida, 2000 e Mattos, 1990.

	Porcentagem da população	Renda familiar mensal (R\$)
Classe A	5 %	Acima de 2.944
Classe B	19 %	1.065 a 2.943
Classe C	31 %	497 a 1.064
Classe D	33 %	263 a 496
Classe E	12 %	Até 262

Fonte Mídia Dados, 1998³²

Mesmo levando em conta que essa classificação é controversa, e que há uma tendência a “puxar para cima” a classificação social da população, como foi observado pelos próprios profissionais de publicidade³³, essas tabelas nos mostram um aspecto significativo. Se cruzarmos os dados da composição da população com os dados sobre a audiência do programa *Ratinho Livre*, ficaremos surpresos ao verificar que, proporcionalmente, a audiência daquele programa era maior nas classes com maior poder aquisitivo. Enquanto as classes A e B representavam, de acordo com esse critério, quase 1/4 da população, representavam ao mesmo tempo quase 1/3 da audiência do programa em questão. Se esses dados não dizem muita coisa, ao menos são suficientes para se descartar a idéia de associar a audiência desse tipo de programa ao segmento da população denominado como “classe baixa”.

Persiste entretanto a idéia generalizada que associa a audiência do programa a determinado segmento da população, que se caracterizaria por uma baixa escolaridade e pela degradação moral, como se seu público telespectador formasse um grupo homogêneo. A fala do apresentador a esse respeito aponta para essa suposição:

O curioso é que, quando acaba a novela, se eu tenho dez minutos a mais, subo de 16 para 30 pontos. Nem adianta falar que meu programa é baixaria – então quem vê a novela também gosta de baixaria? (*Folha de São Paulo*, 27/08/2000)

³² Citado em Almeida, 2000.

Não é possível delinear um grupo específico que se definiria pela apreciação do programa. O problema tem que ser colocado em termos dos valores reivindicados por Ratinho. Esses valores estão difundidos pela sociedade, talvez se concentrem mais em alguns meios do que em outros, mas este trabalho não seguirá por esse caminho.

A identificação, longe de ser apenas das classes de baixa renda, apesar de as condições atuais destas tornarem-nas mais sensíveis aos apelos do programa, se dá com o apresentador e não com as pessoas que vão resolver seus litígios no palco e que aparentemente estariam dentro da faixa mais pobre da população. Ao contrário, estas servem ao deboche, à diversão. Essas pessoas representam um papel específico, representam aquilo que é sentido como “desintegração moral” e “desorganização social”. A identificação é com o padrão de moralidade pregado pelo próprio apresentador, uma moralidade rígida, concreta, sensível, e em muitos aspectos, conservadora.

E aqui coloco uma das hipóteses deste trabalho. Ratinho dá uma forma particular aos sentimentos e ressentimentos que grande parte da população cultiva pela ordem social. Aos ressentimentos causados pela sensação de se estar fora dos circuitos de compensação e classificação social, o qual ocorre por meio da aquisição de bens simbólicos e materiais valorizados socialmente. E aos sentimentos provocados pela sensação de viver em uma sociedade onde impera o caos, a ausência de ordem, a criminalidade desenfreada, a degradação moral. Ratinho dá forma aos medos e desejos difusos na sociedade, é o homem que reclama pela ordem, com ações assistencialistas ou com seu discurso incisivo com o qual intervém em outras esferas da vida social.

Ratinho mobiliza os sentimentos difusos em nossa sociedade em proveito próprio. Não se trata de verificar a sinceridade ou a boa fé de seus discursos e atos, não importa para nossa argumentação tecer um juízo de valor sobre sua verdadeira intenção. Importa ver e ouvir a personagem que ele criou dentro e fora do auditório, e refletir a partir desses elementos o significado cultural dessa situação

³³ Cf. Almeida, 2000.

revelada pelo programa.

Chamo a atenção para um recurso metodológico que será utilizado neste trabalho, que traça uma distinção entre Carlos Roberto Massa e Ratinho. Talvez na vida real, essa distinção seja falsa, pois se trata de uma mesma pessoa. Entretanto, no âmbito deste trabalho essa separação é fundamental, para evitar mal-entendidos. Carlos Massa é o autor de uma personagem³⁴ e, ao mesmo tempo, o ator que representa essa personagem: o Ratinho. O quanto essa personagem é expressão da personalidade do próprio Carlos Massa não importa para nós, nem se tudo o que Ratinho diz corresponde ao que Carlos Massa acredita enquanto cidadão, empresário ou pai. A vida pessoal do apresentador só nos interessa à medida que é fonte de inspiração para a construção de sua personagem, mesmo que o apresentador queira convencer-nos do contrário, tentando romper a fronteira entre ficção e realidade, como veremos um pouco mais adiante. Não tentaremos desvendar a verdadeira intenção de Carlos Massa, se é ajudar o próximo como ele diz, se é realizar um impulso narcisista, ou se é aumentar sua imensa fortuna. Interessa-nos o Ratinho, o que ele diz ser, a auto-representação que constrói através de seu comportamento e de suas palavras. Não prejudica esta análise o fato de este ser ou não uma personagem fictícia, pois ela importa apenas à medida que integra diversos elementos que vão compor um ideal de “povo brasileiro”.

A pista inicial para compreender essa personagem é dada pela oposição que o apresentador firma entre sua ética e a do “outro”, a oposição entre o “povo” e a “elite”, entre “pobres” e “ricos”, entre “vítimas” e “vilões”. Ele se veste de porta-voz do povo e vocifera contra uma elite indistinta. Encena uma disputa entre ele mesmo, enquanto representante do “povo”, e seres invisíveis e indefinidos, como a elite, os ricos, os bandidos, o governo. Ele não é apenas o palhaço, não é apenas o benfeitor, é antes de tudo a condensação de um ideal de homem brasileiro, que

³⁴ Utilizo a noção de personagem no sentido de papel representado por um ator, e criada por um autor a partir da ênfase em certos traços e que atua em um palco ou cenário previamente construído. Mas é preciso alertar o leitor que essa idealização pode trazer algumas confusões, pois Ratinho se apresenta muito mais como uma *persona* do que como uma personagem fictícia. Neste estudo Ratinho é tratado como uma personagem, apesar de ser possível construí-lo como uma *persona*, num sentido amplo que significa a máscara com que uma pessoa se apresenta para os outros, e que traduz como cada um vê a si próprio ou como deseja ser reconhecido pelos outros. Cf. Mauss, 1974.

mescla uma série de valores e comportamentos valorizados mas que estão difusos na sociedade. Dessa forma, sua personagem está permanentemente em construção, vai se modificando, assimilando outras qualidades, mudando de opinião, mas sempre mantendo uma certa coerência.

Iremos olhar a personagem que Ratinho criou e representa, mas da perspectiva dele próprio, ou seja, como um igual entre o “povo” e ao mesmo tempo um herói. Aos poucos iremos reconstruindo sua personagem a partir dos aspectos positivos que o próprio Ratinho mobiliza. Não se trata de tecer um juízo sobre o apresentador, nem negativo muito menos positivo. Trata-se, somente, da tentativa de compreender a simpatia que desperta em muitas pessoas, e descobrir quais as características de seu comportamento são responsáveis por isso.

Relembrando, o programa não é assistido somente pelo grupo com baixo poder aquisitivo, mas também por pessoas com alto poder aquisitivo. Ele constrói uma imagem que atravessa esses grupos, que condensa valores compartilhados por pessoas que desfrutam de condições econômicas muito diferentes. Por um lado ele se identifica com o “povo”, ou seja, com determinados valores que são associados, por ele mesmo, à noção de povo, a qual permanece sempre como uma abstração, podendo abranger os mais diferentes grupos. Por outro lado constrói a imagem de herói, seja por seu assistencialismo, seja por ser o “porta-voz do povo”, aquele que fala o que o “povo” falaria se tivesse voz. Por fim, neste capítulo devemos ainda notar como sua imagem é cingida por uma atmosfera de realidade, o que faz sua personagem transcender o limite do programa de televisão.

Distinção às avessas

“Prefiro ir lá no Bar do Padre onde só tem bêbado e corno e eu faço parte da turma dos cornos. Prefiro tomar cachaça com meus amigos do que ir para Nova York.”³⁵

A origem do apresentador, que nesse caso se vale da biografia do próprio Carlos Roberto Massa, é fundamental na construção de sua imagem de “homem do povo”. Nasceu em Águas de Lindóia, no interior de São Paulo, indo ainda criança para Marumbi, no Paraná. Segundo filho entre cinco irmãos, Ratinho – apelido adquirido na infância devido a seu aspecto franzino e ladino – começou a trabalhar aos nove anos de idade para ajudar o pai – pedreiro de profissão – no sustento da família, entregando marmitas a trabalhadores no meio das plantações de café da região. Depois disso trabalhou de engraxate e aos quinze anos foi ser palhaço de circo. Um ano depois, mudou-se com a família para Jandaia do Sul, ainda no Paraná. Até descobrir seu talento como comunicador, trabalhou como vendedor de laranja em feira, foi bancário, operador de raios X, “deu banho em cadáver” em uma funerária, vereador, e, já em Curitiba depois de trabalhar como funcionário público na Secretaria Estadual de Cultura e Esporte, foi vender churrasquinho na rodoviária. Ainda em Curitiba, em 1984, foi contratado como radialista, o que lhe abriu as portas para ingressar na televisão. Ratinho iniciou sua atuação na TV em um programa humorístico, apresentado por Mario Vendrammel, depois passou a fazer parte do programa *Cadeia*, como repórter policial, apresentado na época por Luís Carlos Alborghetti, e transmitido por uma afiliada da Rede Bandeirantes no Paraná. Esse trabalho lhe rendeu fama suficiente para se eleger vereador na capital e depois, em 1990, deputado federal. Em 1996, a CNT contratou Ratinho para apresentar o programa policial *190 Urgente*. Foi, então, que ele começou a ser conhecido em todo território nacional e a ganhar notoriedade por subir em cima da mesa e xingar as pessoas. Mas o sucesso só veio em 1998, com o programa

³⁵ Ratinho em entrevista à revista *Playboy*, julho/2001.

Ratinho Livre – transmitido pela Rede Record desde setembro de 1997 –, que bateu diversas vezes o recorde do índice de audiência do horário, alcançando os 38 pontos, nível atingido apenas pelas novelas transmitidas pela Rede Globo. Um ano depois de seu ingresso nessa emissora, transferiu-se para o SBT, atrás de um salário milionário, atingindo o auge de seu prestígio como comunicador. Junto com a fama conquistou rapidamente um assombroso patrimônio formado por fazendas, fábricas de móveis, indústria de alimentos, cosméticos e ração para animais, além de imóveis, emissoras de rádio e uma produtora de televisão.

Apesar da mudança radical das condições econômicas, faz questão de afirmar que preservou muitos dos antigos hábitos. Em diversas entrevistas, enfatiza sua admiração por uma personagem do cinema nacional, Mazzaroppi, um caipira astuto e de bom coração, e revela sua aspiração de ser lembrado como um “Mazzaroppi do ano 2000”. É a ambigüidade de sua personagem, “um rico que pensa e se diverte como pobre”, a chave para entender a simpatia e admiração que desperta em muitas pessoas. Pois essa postura além de comportar o sucesso profissional e social, a inteligência e esperteza, funciona como uma referência de caráter. A todo o momento o apresentador faz auto-promoção de sua integridade, baseada na fidelidade que mantém à sua origem humilde.

Ratinho apresenta uma imagem positiva, a partir da identificação com o “homem humilde”, o “homem do povo”. “Povo” não é entendido como um grupo definido, mas refere-se a um ideal, é a condensação de uma série de valores que podem estar presentes em qualquer meio. O povo seria, então, o ponto vazio em torno do qual circundam diversas idealizações.

A noção de povo é o tempo inteiro contraposta a outras, como “ricos”, “elite”, “políticos”, “bandidos” etc, e é nesse jogo de opostos que vai se delineando o contorno de uma identidade positiva. “Povo” se constrói como a expressão de determinadas reivindicações, desejos e expectativas, ao mesmo tempo, como expressão da auto-estima e do ressentimento, diluídos nas diversas relações sociais. Nisso, a idéia de povo muitas vezes vai se confundindo com a idéia de nação, quando se diz povo, diz-se “povo brasileiro”. Fala-se sempre do

“povo”, como o legítimo portador das virtudes e potencial da nação.

No item sobre o deboche, foi mostrado como o apresentador se vale de um mecanismo de inversão no qual o comportamento visto como inferior é reafirmado enquanto algo positivo, enquanto aquilo que é considerado superior é menosprezado. Agora iremos nos concentrar nos valores que são mobilizados nessa dinâmica e que são a base para construir sua representação. Ratinho se opõe a todo instante a outras figuras, enaltecendo suas próprias virtudes em detrimento das qualidades pouco apreciadas daquelas. Nesse jogo de contraste ele opera uma transvaloração que transforma o que poderia ser tido como uma qualidade negativa, como a ausência de títulos escolares ou conhecimentos específicos da cultura universal, em sinal que indica o pertencimento a uma identidade: a do “povo brasileiro”. Dessa forma, esse sinal agrega um valor positivo ao sujeito, pois ele deixa de “não pertencer” e passa a “pertencer” a uma determinada comunidade. A ausência de algo, ou seja, aquilo que representa a ignorância, a falta de cultura e conhecimento, é vista como a presença de algo: a autenticidade.

Faço um pequeno parêntese para chamar atenção para um ponto central que aparece em diversas situações. Ao mesmo tempo em que fala de sua condição de *outsider* em relação à “alta sociedade” como um valor positivo, aparece em seu discurso o ressentimento por essa situação. Diz publicamente que não gosta de determinadas pessoas pois são arrogantes, negam-se a ir ao programa, e tratam-no com distância³⁶. Em outros momentos faz questão de elogiar aqueles que o tratam com respeito e estima, de contar sobre as pessoas famosas e “importantes” que gostam dele, reafirmando dessa forma seu valor pessoal. Essa busca de autoafirmação fica clara em uma entrevista na qual diz ser desprezado por determinados segmentos sociais:

- Por que você acha isso?

- Eu noto. Não estou generalizando. É uma minoria, lógico. Tem gente muito rica, do tipo [o empresário] Antônio Ermírio de Moraes, que, quando me encontrou, me abraçou com carinho, com respeito. O Roberto Carlos gosta de mim, o Geraldo Alckmin assiste meu programa. (*Playboy*, julho, 2001)

³⁶ Ver citação da página 74, na qual o apresentador faz referência ao fato de Ciro Gomes não aceitar o convite para ir ao programa.

O apresentador traça uma distinção entre estilos de vida que caracterizam lugares diferentes na configuração social, e identifica comportamentos e hábitos como sinal de pertencimento a grupos determinados. Está o tempo inteiro afirmando não possuir os atributos que identificam a “elite”, transformando essa ausência em sinal de positivo, fazendo da falta virtude. Em uma entrevista realizada por Alberto Dines, e transmitida pela Rede Bandeirantes em 2000, na própria residência de Ratinho, ocorreu uma situação em que a oposição entre estilos de vida que caracterizam posições diferentes na configuração social foi evidenciada. Em certo momento, ambos, entrevistador e entrevistado, se dirigiram para um caramanchão onde um garçom preparava carnes em uma churrasqueira de alvenaria. Ao lado havia uma grande mesa repleta de comidas e bebidas variadas, que indicavam a preocupação em demonstrar uma exagerada fartura ao mesmo tempo em que sugeria simplicidade do cardápio com frutas, arroz, feijão, farofa etc. Durante a conversa, Ratinho afirmou beber sempre cachaça e detestar vinhos, mas que havia sido instruído pela produção do programa a não revelar tal hábito, ocultando a bebida em uma caneca, que segurava nas mãos. Disse, ainda, achar que vinho era bebida de “fresco”, o que causou certo constrangimento, pois o entrevistador confessou em seguida ser apreciador de vinhos.

Ao vinho é atribuído um alto valor social, o qual é transferido àqueles que o consomem, funcionando, assim, como símbolo de prestígio. No Brasil seu preço elevado o torna um produto consumido pelas classes mais abastadas, servindo como distintivo de determinados grupos sociais. No episódio da cachaça, fica evidente que Ratinho conhece o código que define o comportamento refinado, mas escolhe figurar como o “homem simples” em prejuízo da distinção; auto-afirma sua origem modesta e seu apego a hábitos específicos que são associados ao “povo”, fazendo desse fato seu próprio distintivo.

Eu sou a cara da maioria do povo brasileiro. Já fui palhaço de circo, fiz teatro mambembe, minha escola é essa. Por isso estou investindo mais no humor no meu programa. A turma quer que eu seja como o Gugu e o Faustão, mas sou diferente. Eles só tomam água mineral; eu bebo cachaça. Sou simples. E é por isso que o povo gosta de mim (*Jornal da Tarde*, 10/02/2001)

Dizer que não gosta de vinho, que bebe cachaça, significa dizer que pertence a um grupo determinado, ao “povo”.

Em diversos outros momentos, Ratinho reafirma sua preferência por tudo o que é “nacional”, fazendo disso seu sinal de distinção. Esse nacional é representado por diversos elementos além da cachaça, já mencionada, como a música regional, a comida³⁷ ou o vocabulário. Quando se nega a pronunciar palavras estrangeiras³⁸, e preserva o modo de falar coloquial, desobedecendo às regras formais da gramática da Língua Portuguesa, está demonstrando o apego às suas origens ao mesmo tempo que a falta de apreço pelo conhecimento formal tão valorizado por determinados grupos sociais, como reafirma em entrevista:

- Você não tem mesmo vontade de conhecer coisas novas, de falar português melhor, de viajar?

- [Pensativo] Tenho. Nããão. Tenho. Não tenho vontade de virar apreciador de vinhos. Gosto da minha vida como ela é. Se puder ampliar meus conhecimentos, vou ampliando. Mas não vou me dedicar a isso. (*Playboy*, julho, 2001)

Um de seus projetos como produtor de programas de televisão era criar um programa de música regional, ou “música de raiz”, como denominado pelo próprio apresentador, o qual mostraria as características da cultura de cada região do Brasil. Em 2000 o programa chegou a ser transmitido aos domingos, às 7h30, pelo SBT (Sistema Brasileiro de Televisão), com o nome de “Meu Brasil Brasileiro”, contando com a participação de músicos pouco veiculados pela mídia em geral como Almir Sater, Altamiro Carrilho, Dominginhos etc. O apresentador também pretendia a produção de um telejornal rural diário e de uma novela sertaneja com locações em Tocantins, ambos para 2001³⁹. Está sempre enfatizando o seu gosto por aquilo que acredita representar a autêntica cultura brasileira, como o sertanejo, o rural, a roça, a vida do interior:

O apresentador pretende, segundo ele próprio, “mostrar o Brasil como ele é e dar oportunidades às músicas brasileiras que não ocupam espaço na

³⁷ Em seu encontro com Lula, em 1999, o qual for a convidado para um almoço na casa do apresentador, tomaram cachaça e o prato escolhido foi rabada, conforme noticiado pela imprensa na época. Em diversos outros depoimentos Ratinho enfatiza seu gosto pela cachaça e a idéia de ser um produto genuinamente brasileiro.

³⁸ No final do programa exibido dia 20/08/1999, ao anunciar a próxima atração da emissora, recusou-se a pronunciar o título do filme, “A lista de Schindler”: “Ahn não dá tempo, acabou o programa? Vam aí a Lista de..., como é? Skin..., xin..., sin... Imperdível!”, e encerra o programa.

³⁹ Cf. *Folha de São Paulo*: “Ratinho vira produtor e quer fazer novella”, 21/10/2000, e “Atração dá espaço ao que o rádio não toca”, 26/11/2000; *Jornal da Tarde*: “Ratinho produz programa de Tânia Alves”, 02/11/2000.

mídia". "'Meu Brasil Brasileiro' será uma mistura de 'Chico Anysio Show' com 'Som Brasil'", afirma Ratinho, que diz também ser o responsável pela concepção do programa, desde o cenário até o tipo de música escolhido. "Sempre gostei de programas assim. Mas o 'Som Brasil', por exemplo, não mostrava gente nova, só colocava aquilo que vendia disco, que já estava em evidência. Eu quero mostrar a cultura do interior do país, ritmos brasileiros que pouca gente conhece, como a pantaneira e o rasqueado." No primeiro programa, o "Brasil como ele é" ficará representado apenas pelos músicos e o cenário interiorano. "Os primeiros programas vão chegar meio vazios, mas a idéia é colocar, enquanto o artista canta, imagens de sua cidade natal. Queremos mostrar não só o lado musical do Brasil, mas também o cultural e turístico. Revelar a arte, os costumes e a essência do povo brasileiro", diz Ratinho. Ele afirma gostar de todos os tipos de música, "menos de rock e música estrangeira, porque, quando cantam em outra língua, eu não entendo nada". (*Folha de São Paulo*, 26/11/2000)

Ratinho é alguém que ficou rico e não deixou de cultivar os hábitos e gostos associados aos costumes do povo. Essa integridade é motivo de orgulho e admiração, serve como um signo de alto valor na disputa pela distinção. Ao lado da integridade coloca a coragem que se traduz na ousadia de “falar o que sente” sem pensar muito e sem se preocupar com regras de polidez e etiqueta. Esse comportamento não significa uma ausência de regras, marca antes uma distinção existente entre um mundo da “alta sociedade”, com seu código de conduta pautado pelas regras de “boas maneiras” e “boa educação”, e o mundo do “povo”, sentido como mais espontâneo, não obstante, com suas próprias regras de comportamento.

Essa distinção vai tomando forma à medida que se lêem as palavras de Ratinho: “*Eu acho ele muito educado. O povo gosta de gente dura. Mas ele me disse que, por uma questão de berço, não consegue ser assim.*”⁴⁰. Ao falar do então presidente da República, Fernando Henrique Cardoso, está marcando a posição deste de não pertencimento ao povo. É educado demais, sutil demais, “mole” demais. Enquanto ele próprio é duro, enfático, rude. Ratinho está sempre marcando essa diferença entre o jeito refinado e o seu próprio, o qual associa ao jeito rude, simples, franco. Os valores que almeja são a coragem, a franqueza, a solidariedade, a ação e a autenticidade, e não o refinamento, o “bom-gosto”, a polidez, a delicadeza, a educação, a cultura (entendida enquanto conhecimento nas artes, literatura universal e filosofia, o domínio de outros idiomas etc.) ou as boas

⁴⁰ Cf. *Folha de São Paulo*, “Presidente e Lula cortejam Ratinho”, 14/07/1999.

maneiras. Dessa forma, instaura a separação entre o que ele define como o estilo “autêntico” e “espontâneo” e as maneiras “forjadas” e “hipócritas”.

A oposição entre “povo” e “elite” muitas vezes se traduz na oposição entre “pobre” e “rico”. Pobre e rico, neste caso, são categorias genéricas, que não se definem pela renda, ou pelo poder financeiro, mas significam estilos de vida e códigos de comportamento que se opõem. O “rico” é associado não ao dinheiro, mas a um determinado comportamento, aquele que segue as regras de etiqueta:

A nossa discriminação é social. O cara pobre tá fudido. E pobre não quer dizer o cara que não tem dinheiro. Eu, por exemplo, continuo pobre, porque para ser rico tem que fazer curso. Tem gente que tem muito dinheiro e não sabe ser rico, não gosta de coisas de rico. Sou um exemplo disso. Tenho um dinheiro razoável, mas não gosto de coisas de rico. Não gosto de ir a uma festa à luz de velas, onde tem garfinho para lá e para cá, aquela frescura. Não gosto. (*Playboy*, julho, 2001)

É interessante observar que esse jogo de oposição foi descrito por Alba Zaluar, em seu estudo sobre o significado da pobreza em uma comunidade de baixa renda no Rio de Janeiro (Zaluar, 1994). O “pobre” era associado ao “trabalhador” em oposição ao “rico” e ao “bandido”. Enquanto no primeiro caso a oposição invocava a condição de subalterno no segundo estava sendo invocada a dignidade do homem pobre. A autora chama atenção para algo que se percebe nesse discurso que opõe o “pobre” ao “rico”: o sentimento de humilhação e de exploração daqueles que se vêem no lado dos pobres. Ao mesmo tempo, havia a necessidade de se distinguir dos “bandidos”, dissociar as imagens de pobre e criminoso, traçar uma linha divisória que impedisse “os outros” de construir uma imagem na qual a população de baixa renda não se reconhecia.

No programa é muito clara essa distinção, o “povo”, o trabalhador, é aquele que é oprimido pelo “bandido” e esquecido pela “elite”. Ratinho se coloca como o defensor do trabalhador, aquele que exige uma atitude do governo contra a criminalidade, contra a impunidade, exigindo o aumento das penas, ou eventualmente a prisão de algum criminoso. As histórias e cenas chocantes que mostra em seu programa, como de torturas, sequestros, assassinatos, são justificadas não apenas pelo objetivo de atrair a audiência, mas principalmente por

ser uma ação contra a impunidade, uma forma de chamar a atenção do governo e dos “ricos” para um problema que a população pobre enfrenta. Ao ser questionado pela exibição de um vídeo no qual um sequestrador tortura cruelmente uma menina de 3 anos de idade e que provocou reação na imprensa e no judiciário contra o programa, ele se defende:

Não, aquilo é uma coisa que foi necessária. O choque às vezes é necessário. Se não exibisse não chamava a atenção. Você não estaria perguntando. Nesses barracos tem um monte de gente passando por isso. Isso tem uma função denunciativa. A nossa obrigação é denunciar. São as autoridades que têm de tomar providências. Cumpri meu papel, não me arrependo e vou fazer de novo se for preciso. (*Playboy*, julho, 2001)

Daqui a uma semana ninguém mais se lembrará disso. Mas acho que, se mostrarmos sempre cenas assim, isso vai acumulando e crescendo, até que alguma hora alguém toma uma providência. (...) O princípio foi o mesmo que norteou a exibição da cena do garoto palestino morto por israelenses: chamar a atenção. Ninguém discutiu o fato de essa imagem ter ido ao ar porque ela foi exibida pela CNN, e a da tortura da menina foi mostrada pelo Ratinho. Há uma perseguição pesada contra mim. (...) Se tivéssemos mostrado a cena e tentado mudar a lei, hoje um cara que fosse torturar alguém pensaria duas vezes. Discutiu-se em toda a imprensa o fato de eu ter mostrado a fita. É absurdo, tem que discutir a violência. Meu objetivo era mesmo chocar, eu avisei: "Não assistam, é chocante". O programa não mostra crimes comuns, não é o nosso objetivo. Tenho uma campanha: crimes hediondos não podem ficar impunes. A intenção de exibir tudo isso foi alertar para o grau de insegurança e mostrar que, para crimes hediondos, nós temos que aumentar as penas, não diminuí-las. (*Folha de São Paulo*, 29/10/2000)

Quando se coloca como porta-voz do povo contra a impunidade, expressa duas coisas: uma noção de justiça, ele é aquele que exige justiça para o povo; e em outra dimensão ultrapassa o limite que define seu programa como uma ficção cujo objetivo é o entretenimento, pois sua ação visa interferir em outra esfera, a esfera política e jurídica. Essa segunda questão será desenvolvida um pouco mais adiante, agora vamos nos ater ao primeiro ponto.

Alba Zaluar descreve em sua pesquisa uma noção de justiça expressa por seus entrevistados e que nos auxilia em nosso empreendimento de compreender o programa. A necessidade da redistribuição de riqueza e de trabalho era expressa em termos de “dever dos ricos”, sendo o Estado e outros agentes públicos os atuais responsáveis pelo assistencialismo. Como coloca Alba Zaluar:

Sua luta não está direcionada, portanto, à conquista dos direitos

universais do homem que igualariam a todos numa democracia liberal, incorporando-os à sociedade. É muito mais a luta de um segmento ‘esquecido’ dessa sociedade que reivindica seu direito à assistência estatal, ao salário real melhor, a melhores condições de vida. (Zaluar, 1994, p.120)

Ratinho se expressa nos mesmos termos, reivindica o direito dos “pobres” a serem ajudados pelos ricos, sendo que ele próprio realiza essa noção de justiça. Justiça e direitos não estão associados a uma idéia abstrata de direitos humanos e sociais, mas a sentimentos concretos de solidariedade, bondade, compaixão, generosidade etc. Uma pessoa tem o direito ao assistencialismo, a ser ajudada por quem tem melhores condições, não por um direito abstrato de igualdade, mas por um direito adquirido, por mérito, por seu esforço pessoal, por sua honestidade. Enquanto os que estão em melhores condições de vida têm o dever de ajudar. O conjunto de práticas e crenças, ou seja, o jeito de falar, de se expressar, os gostos, os comportamentos, a honestidade, o trabalho, todos esses se tornam valores sociais que situam o indivíduo como pertencente ao povo, e que lhe atribuem o direito à “justiça” social. Vera Telles também descreve essa noção de justiça como uma dinâmica de reciprocidade, na qual cada um deve receber de acordo com suas atitudes. A justiça não é um direito universal, é um direito adquirido através da firmeza de caráter:

Mas é uma injustiça instalada percebida do ponto de vista da moralidade pessoal. Aparece como ruptura das reciprocidades morais que se esperam numa vida em sociedade, ruptura vivida no esforço não recompensado, no trabalho que não é valorizado, na remuneração que não corresponde à dignidade de um chefe de família, nas autoridades que tratam o trabalhador honesto como marginal, no desrespeito e descaso que recebem em troca do ‘dever cumprido’, na polícia que confunde o trabalhador com o bandido, na lei que penaliza os fracos e protege os poderosos, na justiça que não funciona, que condena os desgraçados da sorte e deixa impunes os criminosos. Essa quebra das reciprocidades esperadas é vivida como sofrimento moral por aqueles que não encontram nas múltiplas interações da vida social a validação e reconhecimento de suas pessoas, de suas virtudes, de suas qualidades e de seus esforços de pertencimento legítimo na sociedade. (Telles, 2001, p.85)

E mais adiante:

Não é de estranhar, portanto, que no imaginário popular as expectativas de justiça sejam transferidas para a idéia de um governo forte e onisciente, capaz de ouvir as necessidades dos

mais fracos e restaurar os equilíbrios rompido pela ganância dos ricos e abuso dos poderosos. (...) É nessa articulação que se ergue a expectativa de que surja uma vontade generosa, capaz de resolver o paradoxo ético da virtude não recompensada e da vitória da injustiça, restaurando os equilíbrios morais desfeitos pela maldade, avareza e ganância dos homens. (Telles, 2001, pp. 85-86)

Essa noção de justiça, enquanto reciprocidade moral, é a base para o ressentimento que transparece como o desejo de compensação pelo sofrimento suportado heroicamente, de um lado, e de outro, como desejo de punição àqueles que foram privilegiados pela “distribuição desigual da sorte”⁴¹ e foram corrompidos pela ganância e egoísmo.

Ratinho se representa como o defensor do povo, que grita todas as noites cobrando do governo uma ação firme que resolva os problemas. A questão é sempre colocada como falta de vontade, como desvirtuamento dos objetivos do Estado por quem está exercendo as funções no governo, o problema é da corrupção, que é a expressão máxima do egoísmo humano. Em diversos momentos durante o programa, quando critica alguma medida ou algum ato dos representantes do Legislativo, do Executivo ou do Judiciário, afirma que o problema da miséria, da criminalidade, são fáceis de resolver, basta o governo querer.

*“Governador, o povo está autorizando o sr. a gastar dinheiro... que é nosso, governador! Esse dinheiro que o sr. tem é nosso, nós é que pagamos impostos. O povo do Brasil, governador, está autorizando o sr. a fazer uma penitenciária. Mas não faz pra cima, não, faz pra baixo... que se eles furar, sai no Japão (...) Põe 20 andares de baixo da terra e deixa tomar sol só uma vez por dia. E dá prisão perpétua pra esses seqüestradores, pra vagabundo, cara que mata. Parece que esse povo quer perder a eleição. Geraldo Alckmin, meu amigo... aliás, acho que quarta-feira vou conseguir falar com o governador. Se eu não me engano ele confirmou. Eu vou falar pra ele, parece que ele está querendo perder as eleições.”*⁴²

Ou seja, os problemas sociais não são resolvidos por causa da má-fé e má-vontade, e em alguns casos, da incompetência, daqueles que conquistaram os postos de comando. Daí a dimensão de heroísmo requerida por Ratinho, tem

⁴¹ Weber cita a questão do ressentimento na religião judaica, analisado pela primeira vez por Nietzsche e que a descreveu como a religiosidade da retribuição. Cf. Weber, 2000, p. 337.

⁴² Discurso proferido no programa exibido dia 25/03/2002 (P2).

coragem e condições para falar diretamente para os governantes o que o povo gostaria de falar. Em sua perspectiva, o pobre não é culpado pela sua condição, é uma vítima. A culpa é transferida para aqueles que tiveram sorte e não têm pena do sofrimento do povo, ou para o Estado que deveria dar assistência, suprir as carências da população, e só beneficia os ricos. A solidariedade e a compaixão são altamente valorizadas, e são vistas como a chave para resolver os problemas sociais.

Em um episódio quando mostrou a abertura de poços artesianos no sertão do nordeste financiados pela produção do programa, conclamou outros empresários a fazer o mesmo. O problema da pobreza é colocado em termos pessoais, “*se cada um fizer um pouco, resolve-se o problema da seca*”. Novamente mobiliza sua imagem de herói, aquele que olha para o povo, vê suas necessidades e age para minorar seus infortúnios.

Ajudar a população carente é um ato de solidariedade, de bondade, de amor ao próximo, e não uma ação racional. Nessa perspectiva, defendida pelo apresentador, as emoções são colocadas acima da razão. Daí a indignação contra os Direitos Humanos, o código mais racional criado pela humanidade, que se coloca acima de qualquer sentimento ou emoção. Como aceitar que um criminoso, um cruel assassino, tenha o mesmo direito que um trabalhador, pai de família, que respeita todos os códigos morais e legais da sociedade?

“Eu quero que o Brasil preste atenção nessa matéria. Quando algum fresco desse time aí... do é... esses caras que ficam defendendo bandido... aí... direitos humanos, o cacete. Quando vocês resolverem defender bandido, primeiro vê se conhece o que é um bandido. Eu vou mostrar o que é um bandido. Vocês conhecem bandido na teoria, quero ver se você aí, da Comissão dos Direitos Humanos, ou da Câmara, ou da Assembléia, ou de onde você for, for metido com esse troço de direitos humanos... imagine que fosse o seu filho que estivesse nessa situação. Roda.”

Até pouco tempo atrás, Ratinho defendia a adoção da pena capital para crimes hediondos, hoje defende apenas a prisão perpétua, por reconhecer que a Justiça pode cometer erros e tirar a vida de algum inocente. Deixou de defender a pena de morte não por uma mudança de princípios, continua acreditando que o

bandido cruel deve pagar na mesma moeda, “olho por olho, dente por dente”, a questão é que a Justiça dos homens é falível. Não está em questão o direito abstrato à vida, mas um fato concreto, a possibilidade de se cometer uma injustiça contra um inocente.

A idéia de igualdade é muito valorizada, mas de uma igualdade que se realiza sensivelmente no estilo de vida, na forma de se expressar, nos gostos, nas crenças, nos comportamentos e no código moral. Ratinho é alguém que mudou de condição social, mas permaneceu um igual, manteve o que o identifica às suas origens.

O assistencialismo que pratica é visto como bondade, deve-se ao “caráter humanitário”⁴³ do apresentador. Esse é um ponto intrincado, pois, diversas vezes, reafirma o assistencialismo como uma forma de ajudar as pessoas, de “melhorar o Brasil”, ou seja, explora a imagem de “herói do povo”. Entretanto, em alguns momentos contraria essa imagem com a imagem do profissional, cujo fito é garantir o índice de audiência e ganhar dinheiro. Ao ser interrogado sobre a exibição de pessoas doentes em seu programa essa ambigüidade aparece:

Aquilo tinha um objetivo na época, que era tentar achar o tratamento, a cura para a doença. Na verdade, quando uma pessoa chega num programa de televisão, está apelando para o último recurso. Quando o cara chega até a gente é porque ele já passou por tudo. Se eu não tivesse mostrado casos de pessoas doentes, talvez não estivesse na televisão. Não mostraria que meu programa veio para melhorar o Brasil. (*Playboy*, julho/2001)

Eu, por exemplo, parei de levar casos de doença à TV. É muito pouca a ajuda real que você pode dar. E parei também porque ficavam me acusando de exploração. Explorar é levar gente cuja doença não tem cura, só para mostrar as anomalias. Se eu mostrava alguém doente, é porque poderia conseguir ajuda para o tratamento. (*Folha de São Paulo*, 25/11/2001)

Tortura, sequestro, assassinato, estupro. Meto no ar, sem dúvida. Se a Justiça der mole para esses crimes, mostro outra coisa para chocar, não para dar audiência. Não sou tão apelativo como dizem. (*Folha de São Paulo*, 29/10/2000)

Hoje não tem mais gente doente, mas tem denúncia todo dia. Eu falei que ia politizar mais meu programa. Mesmo uma atração popular como a minha pode ajudar o país a se desenvolver. Vivem dizendo que sou anticultural... olha, se o cara não aprender a ler o "Notícias Populares", não vai conseguir ler o "Estadão". Ou seja, o camarada tem de primeiro entender meu programa. Só num programa popular é que o povo presta atenção a temas complicados, como a reforma agrária. Eu trago o Raul Jungmann e dá 19 pontos no Ibope. Aí ele vai à TV Cultura e não dá dois pontos. Por quê? Porque lá é para um público seletivo. (*Folha de*

⁴³ Expressão utilizada por uma leitora de jornal, reproduzida adiante.

São Paulo, 27/08/2000)

Em outro momento deixa clara a sua vocação como empreendedor:

Devo entrar agora como sócio em um canal do Mato Grosso do Sul, a TV Pantanal. Quero fazer uns programas que mostrem mais a natureza... mas que não me confundam com um salvador da pátria, porque farei uma TV comercial. Não estou querendo melhorar a educação, nada disso. Claro que, se eu puder fazer isso e ganhar dinheiro, muito bom, mas não é minha função melhorar nada. Sempre tive visão comercial. (*Folha de São Paulo, 27/08/2000*)

A imagem do apresentador comporta algumas contradições sem prejuízo de sua coerência. Como já observamos acima, o empresário bem sucedido é apenas uma outra faceta, tão importante quanto a de benfeitor. Essas duas dimensões estão presentes na imagem de Ratinho e são complementares. O desejo de melhorar a situação dos pobres, de fazer benfeitorias só se realiza porque conquistou condições materiais para tal, porque conseguiu vencer profissionalmente e alcançar prestígio e poder. Sem seu ímpeto para ganhar dinheiro não seria o homem que pode fazer algo pelos desfavorecidos. A idéia de “herói” pressupõe a coragem de enfrentar os “vilões”, mas principalmente o poder para fazê-lo. Nesse caso, o poder se traduz em poder de comunicação, poder de influência e poder financeiro. Sua vocação primeira é a de empreendedor, e é devido a essa vocação que pode dar vazão a esse outro lado, o desejo de “ajudar o próximo”.

Rigidez moral e a centralidade da família

“Popular é fazer uma linguagem que o povo entenda,
mas os jornais parecem não compreender nada.
Isso não quer dizer baixaria.”⁴⁴

São muito raras as expressões de simpatia pelo programa publicadas na imprensa. Recorremos aqui a alguns discursos favoráveis ao programa não para validar qualquer hipótese sobre a recepção do programa – pretensão que ultrapassa os limites desta dissertação. Mas porque elas nos indicam uma questão relevante que aparece no discurso do próprio apresentador. Estas poucas palavras, colocadas logo abaixo e no final deste capítulo, nos indicam uma correlação entre as hipóteses levantadas neste trabalho sobre os valores que sustentam a imagem construída pelo programa e seu apresentador e o que atrai seus telespectadores. Esse material, portanto, sugere uma relação que só poderia ser comprovada com outra pesquisa, e que é colocada aqui apenas como sugestão: que os significados construídos pelo apresentador correspondem aos significados atribuídos por seus telespectadores, ou seja, ambos, emissor e receptores compartilham o mesmo código.

“É preferível assistir a um programa do tipo Ratinho, cheio de palhaçadas e futilidades, a deixar nossos filhos verem meninas recém-saídas da puberdade fazendo sexo com pseudo-galãs”;

“Há novelas demais e com muito sexo”, reclama um gaúcho, que gostaria de ver mais atrações “assistenciais” inspiradas em Ratinho. (mensagens gravadas no serviço Voz do Cidadão, uma espécie de ouvidoria do Senado que tenta levar críticas do público aos parlamentares; *O Estado de São Paulo*, 25/07/1999)

Além de referir-se à dimensão da palhaçada, já apontada nos capítulos anteriores, e ao assistencialismo, desenvolvido no último item, ambos opõem o programa ao uso do tema “sexual” feito pelas telenovelas e filmes. Essas falas revelam que existem pessoas que se sentem agredidas em seus valores morais pelas cenas de sexo exibidas nas novelas e não pelas cenas exibidas pelo programa que fazem constantemente alusão ao tema sexual e que são consideradas por muitas

⁴⁴ Ratinho em entrevista à *Folha de São Paulo*, 27/08/2000.

pessoas como “dantescas”. Ratinho nos ajuda a compreender:

Faço um programa diário, é como se fosse uma novela. Como fazer isso sendo popular? Eu não coloco sexo no programa. A novela só faz 50 pontos no Ibope quando tem dois trepando! Eu não coloco isso. É muito mais violência quando, numa novela, uma menina de 14, 15 anos fala: "Pai, eu vou transar". Aquela garota da novela vai influenciar um monte de gente. Na TV tudo é bonitinho, mas ninguém explica que, se ela transar sem camisinha, pega neném.

- Você não colocaria sexo nem se precisasse muito aumentar sua audiência?

Não dá. Tenho formação familiar, e minha mulher não iria admitir eu mostrar mulher pelada. Não apelo com sexo, vulgariza demais a mulher. Mostro, claro, cenas engraçadas. Mostrar a Vera Verão de bunda de fora para mim é uma coisa engraçada. Aquelas bichinhas que vêm ao programa... Sou um cara que acha que cada um deve ter sua opção sexual, mas, quando entra uma bichinha engraçadinha, eu dou risada. Acho viado engraçado, ainda mais esses viadinhos engraçadinhos. Morro de rir, gosto, trato bem... (*Folha de São Paulo*, 27/08/2000)

Trata-se de um outro padrão de sensibilidade. Como foi observado por Sérgio Miceli⁴⁵, o programa trata exaustivamente do tema sexual, seja no vocabulário (“berimbau”, “comeu”, “enfiou”), nos gestos que fazem alusão à cópula, nas insinuações maliciosas sobre a sexualidade dos convidados e assistentes, nas imagens que exibem partes do corpo erotizadas ou até mesmo os órgãos genitais, ou nos temas tratados frequentemente no programa (estupros, adultérios, pedofilia, homossexualismo, impotência masculina, incesto etc).

Um quadro que chama a atenção é a dramatização que os assistentes de palco junto com atores contratados, realizam para “contar” o caso que está sendo tratado no quadro de DNA. É uma encenação escrachada, na qual aparecem as personagens simulando o ato sexual atrás de uma moita, ou na cama. Apesar das personagens representarem a relação sexual com gestos, estão sempre de roupa, ou algumas vezes as mulheres aparecem de *lingerie*. O que é importante notar é a forma como é encenada a trama, como se fosse uma piada: o assistente de palco, chamado Bola 7, excessivamente gordo e ridiculamente trajado, representa muitas vezes a mulher, outras vezes o homem “traído”, mas sempre numa encenação de pastelão. Está ali para lembrar que não se trata da realidade, apenas de uma

⁴⁵ Cf. *Folha de São Paulo*, “Ratinho acorrentado”, 12/04/1998.

gozação.

O que é preciso compreender é a diferença entre as cenas exibidas nas telenovelas, onde se procura dar ares de realidade à relação amorosa, e o que o programa exhibe: uma satirização. O tema nunca é tratado diretamente, é sempre mediado pela zombaria, pelo duplo sentido, pela insinuação. Apesar de aparecer o tempo inteiro, a sexualidade permanece sendo um tema “proibido”. Nas novelas procura-se naturalizar a questão, tratá-la como algo que faz parte do cotidiano, mesmo entre os jovens; ou seja, é tratado como uma questão “normal”. No *Ratinho* serve ao deboche, só faz sentido ali como ruptura da ordem. Por isso o tema é sempre mobilizado para provocar o riso ou o espanto. O que agride a sensibilidade dessas pessoas cujas falas foram reproduzidas é a forma como o tema é tratado nas novelas, é a liberação dos costumes que assusta; enquanto o *Programa do Ratinho* defende uma postura conservadora, na qual se mantém o sexo como algo restrito ao casamento e algo que deve ocorrer somente entre homem e mulher, tudo o que acontecer fora disso é motivo para gozação ou indignação.

O olhar desatento sobre o programa pode gerar um equívoco, o de associar o apresentador e seus telespectadores à degradação moral. O que ocorre é exatamente o oposto. O apresentador se coloca como um indivíduo que respeita e defende um rígido e conservador padrão de moralidade. Essa confusão se deve ao fato de serem exibidos exaustivamente no programa comportamentos ofensivos aos valores morais, como situações de adultério envolvendo vizinhos ou pessoas do próprio círculo familiar, mulheres que não conhecem a paternidade de seus filhos, homens que fogem da responsabilidade da criação de sua prole; ou pessoas que exibem sua intimidade, seus corpos, seus atos mais indignos. Mas estes são vistos apenas como amostras do que existe na realidade, não representam o padrão de moralidade do “povo”.

O que é importante notar é que essas pessoas que vão participar do programa são vistas como “anomalias” sociais, não é com elas que ocorre a identificação. Nesse sentido, o programa se vale de um estereótipo, o qual reproduz insistentemente: a mulher que vai pedir um teste de DNA para provar a

paternidade de seu filho é sempre promíscua, ou nas palavras que os assistentes de auditório induzem a platéia a gritar, “safada” e “vagabunda”, não tem nada a ver com a imagem da “dona de casa” sentada em seu sofá. O homem é sempre o “frouxo”, o “chifrudo”, mas principalmente o “covarde” ou “mau caráter” que não assume a responsabilidade de pai. São sempre essas duas personagens que se enfrentam na arena do programa, trocando insultos e tapas, capazes de expor sua própria intimidade sem nenhum pudor. É sugerido implicitamente que essas pessoas vivem sob condições de ausência de um padrão de moralidade, vivem sob condições de desorganização do mundo familiar e social.

Todos aqueles que riem dessa situação assemelham-se àqueles que sentem um profundo mal-estar, pois ambos sentem a situação como imprópria, como algo que ultrapassa o limite do que é aceitável e desejado. A diferença está no sentimento que isso desperta, ou seja, no padrão de sensibilidade. O que é importante notar é que ambos recusam uma identificação com as pessoas que se sujeitam à exposição. Estas são vistas como “sem-vergonhas” ou “desgraçadas”, que chegaram a um nível de miséria material e moral que são capazes de qualquer ato, por mais indigno que pareça. Nas palavras de Ratinho, alguém que tem a coragem de se expor em um programa de televisão é alguém que já se expôs para todo mundo, não tem mais nada a perder.

Quando pessoas chegam ao ponto de ir brigar na TV, elas já brigaram em casa, nos parentes, na vizinhança. Todos que as conhecem já viram as brigas. Não dá para passarem ainda mais vergonha. (*Folha de São Paulo*, 25/11/2001)

Na construção do programa o “homem do povo” se opõe à elite da mesma forma que se opõe às pessoas que vivem em condições de desintegração familiar e social, e supostamente são marcadas pela anomia e ausência de um padrão moral.

A família é uma instituição altamente valorizada, pois assume uma centralidade na formação moral, a ela é atribuído um importante papel na capacitação dos indivíduos para viver em sociedade. O grupo familiar é a base na organização e manutenção das relações sociais, é visto como o mais importante espaço de socialização e preparação dos homens para viver em sociedade.

- Você é criticado também por educadores. Recentemente a psicóloga Paula Gomide, da Universidade Federal do Paraná, publicou um estudo em que defende que você é um mau exemplo para as crianças, que tendem a copiar seu comportamento exaltado e a tentar resolver as coisas na base do grito. O que você acha disso?

- Isso é uma imbecilidade! Coisa de pseudointelectual que sai por aí dizendo coisas num "achismo" total. A formação está dentro da família. A televisão não interfere no comportamento das pessoas da maneira que dizem. Acho que a televisão influencia a moda mas não muda comportamentos. Acho que ela influencia na liberalização de costumes, mas esbarra num limite que é o da família. (...) Os fatos mostram o que eu digo. Você já viu o que fazem Tom e Jerry? E o Pica-Pau então? O Pica-Pau é maldoso pra caramba! Ele dá soco e pontapé para todo lado. As crianças assistem a esses desenhos e nem por isso saem por aí fazendo igual. Elas vêem um índio quase pelado na novela Uga e não saem sem roupa pela rua. (*Jornal da Tarde*, 10/02/2001)

A gente já tem uma auto-regulamentação: o controle remoto. Ah, mas falam: "Não consigo mandar no controle remoto do meu filho"... ora, se você não controla seu filho, é porque não é um bom pai, pô. Tem canal que só passa sexo lá em casa, mas eu não deixo meus filhos verem. (*Folha de São Paulo*, 27/08/2000)

Tenho um medo desgraçado da minha mulher. Outro dia saiu uma fotografia minha na revista Caras. Fui num festival folclórico, a convite do Dante [de Oliveira] e ele pediu que eu dançasse com uma menina de 14 anos para aprender o tal do rasqueado. O filho da puta do fotógrafo, lazarento, como, colocou a fotografia na revista Caras, depois na Contigo, Tititi. Minha mulher quase largou de mim. [Imita enfático] "Você está me enganando, me largou em casa e foi para a festa!" Até explicar foi uma semana de briga. (*Playboy*, julho, 2001)

- Já traiu sua mulher?

- Nunca. Sou fiel. (Istoé Gente, 25/10/1999)

Nesses discursos a família tem uma centralidade na formação dos homens, e se sobrepõe ao Estado, às escolas, aos meios de comunicação. O próprio comportamento que Ratinho descreve em relação aos filhos e à esposa, a afeição, a submissão, a fidelidade demonstram um apreço e respeito pelas normas que fundamentam a existência da família. A religião aparece como o outro agente socializador fundamental na formação do caráter. O apresentador chega a aconselhar aos pais, durante a transmissão do programa, que eduquem seus filhos "dentro" de alguma religião, "seja ela qual for", e argumenta que as pessoas que têm alguma religião são menos suscetíveis aos apelos da vida criminosa⁴⁶. Ou em um artigo escrito para um jornal:

A falta de religião das pessoas, a falta de Deus, tudo isso colabora para o crescimento da violência – que não é só aqui no Brasil, é no mundo todo. Mas, como aqui existe a famosa impunidade, aí a coisa fica muito

⁴⁶ Discurso proferido no programa exibido dia 15/04/2002 (P7).

pior. (*Folha de São Paulo*, 19/12/1999)

Nesse sentido a personagem do apresentador se distingue daqueles que vão participar do programa, como no quadro de DNA. Neste, os casos representam sempre situações de desarranjo familiar, promiscuidade, desentendimentos; Ratinho é aquele que representa o pai carinhoso, respeitado, e o marido fiel.

Podemos perceber no programa, por meio do comportamento do apresentador, outra distinção muito importante. A primeira imagem que ele passa, e que é captada pela imprensa, é a da defesa da violência física como forma de resolver os conflitos, como o demonstram frases proferidas por ele, tais como “bandido bom é bandido morto”, ou as brigas incentivadas no quadro de DNA, ou mesmo a sua própria truculência em relação aos seus assistentes. Entretanto, a violência ou é uma sátira, uma imitação das comédias pastelão, ou é reservada para os “outros”, como o bandido, ou para pessoas que vivem em condições de desintegração moral. Entre os “iguais”, com a família, com os amigos é valorizada a conversa, a troca de idéias, o afeto. Como podemos verificar em diversas entrevistas:

Acho que apanhei uma vez porque não sabia nadar e fui num lugar que era muito fundo. Ele me deu um tapa na bunda, muito fraquinho. Meu pai era muito parecido comigo, era mais de beijar e abraçar. (*Playboy*, julho/2001)

Nunca encostei num filho. Gosto tanto dos meus filhos que acho que eles têm vergonha de cometer um ato que eu não aprovo. Tenho filhos maravilhosos. Gosto de beijar, de abraçar. É o melhor caminho para educar. (*Playboy*, julho, 2001)

Programas que nem o meu fazem com que o povo entenda um pouco mais da politicagem, ou da política. Por exemplo: consegui explicar da minha forma entendível o que era a história dos precatórios. O povo não sabia o que era. O povo não sabe como funciona a barganha no Congresso Nacional. No meu programa, eu conto. Tudo numa linguagem popular. (*Playboy*, julho, 2001)

Eu falo para muita gente e eles [o presidente da República, Fernando Henrique Cardoso e Luís Inácio Lula da Silva, líder da oposição] querem explicar o lado deles nas coisas. Já eu procurei conversar porque acho que meu programam não pode ficar só na base da futilidade e da farrá. Tenho audiência grande na classe C, que é a maioria da população. É a classe que luta, que trabalha, que compra, que vota e define uma eleição. Ninguém pode ir para a televisão todos os dias e falar com quase 50% do país sem dar alguma coisa de útil para essa gente. Eu tenho que explicar para elas qual é o papel do Senado, da Câmara dos Deputados, da Justiça. Então estou conversando com eles. (*Folha de São Paulo*, 14/07/1999)

Essa característica foi percebida por Alba Zaluar como um ponto central na distinção que os “trabalhadores” traçavam entre eles próprios e os bandidos, ambos moradores de Cidade de Deus. “O bandido é um eterno covarde”, pois impõe sua vontade através da arma, não tem a capacidade de convencer pelo diálogo. A coragem está em falar o que pensa, não se amedrontar pela força do outro, não se deixar “sugestionar”. Fazer sugestão é dar ordem, “trocar idéias” é conversar. Aceitar a “sugestão” de alguém é revelar sua falta de autonomia, é mostrar-se uma pessoa fraca, incapaz de guiar sua própria vida. A igualdade se realiza na troca de idéias, enquanto que a imposição de uma ordem é experimentada como humilhação. Há uma valorização da autonomia do sujeito, da insubmissão ao bandido ou aos mais ricos e poderosos, postura que se assemelha muito à conduta enfatizada por Ratinho.

E, assim, o apresentador aparece como o sujeito corajoso, que fala o que pensa, que mostra o que ninguém mostra, não tem medo de ninguém, não se rebaixa para ninguém, está sempre auto-afirmando sua autonomia, seja em relação às pessoas que o desprezam, seja em relação à lógica comercial que se baseia no preconceito, e que coloca seu programa em posição de inferioridade em relação aos demais:

Gravadora não manda aqui, não paga meu salário, não faço “jabá”. O padre Marcelo vai lançar um disco e vai em toooooodos os programas. Primeiro Faustão, depois Gugu. Depois vai na Hebe... O último programa que ele vem é o meu. O povo já está até enjoado do disco. Então, cortei. Se for para vir só para lançar disco, é melhor que não venha. Já o padre Antonio Maria vem à hora que quiser porque está sempre à nossa disposição. O Ciro Gomes também não quis vir. Pô, acho uma chateação. Esse cara já foi em tudo que é programa! E não veio no meu por quê? Aqui é difícil vir mesmo. Até reconheço. Peguei o Lula e esmaguei o Lula. Só que o Lula é inteligente e se saiu bem pra cacete. (*Playboy*, julho, 2001)

Não tenho medo da “Folha”, da “Veja”, de ninguém. Se dão pau em mim, rasgo o jornal no ar, faço o que eu quiser. (*Folha de São Paulo*, 27/08/2000)

Não obstante, devemos evitar traçar, apressadamente, uma relação entre o programa analisado aqui e uma ética da população que vive em condições de

privação material. Algumas características recorrentes no comportamento do apresentador ultrapassam esse limite, e se associam a uma experiência muito mais geral. Ratinho, ao construir sua imagem, mobiliza um dos aspectos descritos por Sérgio Buarque de Holanda em seu estudo sobre as raízes de uma “identidade brasileira”, e associado a um traço herdado, em certa medida, de nossos antepassados ibéricos.

A cordialidade e as diferentes esferas de ação

“Eu não apóio políticos, a não ser por amizade”⁴⁷

Há uma incontestável relação entre a composição do Programa e a vida da grande metrópole. O ritmo frenético e o excesso de estímulos presentes no Programa são a recriação do cotidiano da população dos centros urbanos. Essa vive mergulhada em um ambiente saturado de estímulos visuais, sonoros, olfativos e até mesmo radioativos.

A maior parte dos habitantes das grandes cidades desenvolveu alguns mecanismos de defesa que protegem seu sistema perceptivo, fazendo com que os indivíduos se tornem cada vez mais “insensíveis” ao excesso de informações. Já não ouvimos o ruído constante dos carros, já não enxergamos as milhares de placas coloridas que piscam de todos os lados ou os milhares de rostos desconhecidos; vivemos alheios ao caos de informações que nos envolve, operando com um sistema psíquico que seleciona aquilo que importa e que deve ser percebido.⁴⁸

Isso se torna patente ao se contrastar o barulho da cidade ao silêncio do sertão:

“Naquelas paragens o meio-dia é mais silencioso do que a meia-noite.”

É o que nos conta Euclides da Cunha (2001). São raros os seres vivos que resistem ao sol escaldante dos sertões, um homem que se encontre em um lugar assim, no vazio quase absoluto, certamente desenvolverá mecanismos perceptivos

⁴⁷ Ratinho em entrevista à *Folha de São Paulo*, 14/07/1999.

⁴⁸ Georg Simmel descreveu uma situação semelhante a partir da idéia de “atitude *blasé*”, mas que segue um rumo diferente do que é desenvolvido aqui. “A essência da atitude *blasé* consiste no embotamento do poder de discriminar. Isto significa que os objetos não sejam percebidos, como é o caso dos débeis mentais, mas antes que o significado e valores diferenciais das coisas, e daí as próprias coisas, são experimentados como destituídos de substância. Elas aparecem à pessoa *blasé* num tom uniformemente plano e fosco; objeto algum merece preferência sobre outro. Esse estado de ânimo é o fiel reflexo subjetivo da economia do dinheiro completamente interiorizada.” Cf. Simmel, 1967, p. 18. Nesta dissertação gostaria de chamar a atenção para outro ponto, talvez até mesmo oposto ao que é descrito acima: que o homem metropolitano desenvolve um apurado senso de discriminação, o qual só permite que sejam percebidos pela consciência determinados eventos, ignorando outros.

diversos dos do homem urbano, e mesmo suas formas de expressão hão de ser muito diferentes.

Considerando essa imagem, não há como ignorar a relação entre o Programa e o ritmo da grande cidade. Ao circular pelas ruas principais de uma grande metrópole como São Paulo, somos cercados pelas centenas de *outdoors*, placas, anúncios publicitários em carros e ônibus, que nos acompanham a toda parte; suas cores, suas imagens nos ofuscam, e, ao mesmo tempo, o fedor da cidade nos torna incapazes de discernir os diferentes odores que invadem nossas vias nasais. São centenas de pessoas andando de um lado para outro, soltando no ar palavras que nos soam desconexas, risadas, músicas que irrompem e desaparecem em meio à zuniada dos motores e de buzinas que se sobressaem aqui e ali, abafados apenas pelas sirenes alucinantes de alguma viatura desesperada.

Às vezes em meio a essa miscelânea pasteurizada que preenche a atmosfera, levanta-se algo que nos desperta da letargia, algo que rompe com a “normalidade” caótica da cidade: um acidente, um tumulto qualquer, um choro, um corpo em desalinho caído...

O Programa reproduz e recria esse ambiente convulso saturado de estímulos, “onde tudo pode acontecer”, promovendo a ruptura da normalidade, incessantemente – como se pôde observar no primeiro capítulo desta dissertação.

Os fatos chocantes que estão dispersos na vida, como um assassinato, uma briga entre vizinhos, um flagrante de adultério, uma cena de violência extrema, um incesto, uma deformidade física... estão todos concentrados no Programa como por um processo de flotação. Enquanto cada pessoa tem chance de se deparar com alguma dessas situações ao longo de sua vida, o Programa mostra a cada uma todas elas reunidas. Como se fossem uma pequena amostra de todas as “aberrações” que vão pelo mundo: assassinos cruéis, mães desnaturadas, promiscuidade de toda sorte, pessoas em condições de miséria extrema e degradação moral, capazes de qualquer ato. Assistir o Programa é assistir ao que a vida oferece de mais bizarro. O *Programa do Ratinho* mostra a vida a partir de seus recantos mais ocultos, onde se esconde toda sorte de esquisitices e podridões.

Meu programa é o único que se atreve a mostrar o que nenhuma outra emissora exhibe. Quando se liga a TV no horário nobre, só há novelas e filmes que não retratam a realidade do país. O que nós fazemos é mostrar os problemas do Brasil e exigir uma solução para eles. (*Bizarre*, março, 1999)

É exatamente disso que o Programa tenta convencer o telespectador, que mostra a vida como ela é, nua e crua, quase sem retoques, uma vida caótica e desorganizada, repleta de aberrações. E o segredo está em fazer o telespectador acreditar que tem acesso aos bastidores. Aos bastidores do auditório, mas também, e principalmente, que tem acesso aos bastidores da personagem Ratinho⁴⁹. Palco e realidade são apresentados como se fossem uma continuidade um do outro: o telespectador invade os bastidores, a vida invade o palco, Ratinho transita de uma esfera a outra como se fossem uma só.

Ratinho se confunde com aquele que o representa. Misturam-se as esferas da ficção e da realidade, é difícil delinear o limite entre esses dois mundos em relação a essa personagem. Ela tem uma coerência, embora muitas vezes revele contradições, o que aliás a torna mais verossímil, segue uma orientação que oscila entre o homem sério, benfeitor, quase um herói, e o bufão, apresentador de circo, comediante pastelão. Sua imagem, como já foi tratado no início desta dissertação, confirma essa ambivalência. A aparência muito esmerada, cuidadosamente arranjada – cabelos e bigodes bem-aparados e tingidos, barba bem-feita, gravata, calça e sapato social – é desalinhada pelas cores extravagantes da camisa e da gravata. Alterna o discurso sério, os temas políticos, a indignação, com a zombaria, a corrida atrás de seus assistentes com um porrete que pende mole em suas mãos; no mesmo momento em que está dizendo algo sério, faz uma piada. O que não se confunde com o cinismo ou a ironia, pois há uma clara distinção entre o tom indignado, que utiliza para marcar que está falando de um assunto sério, e o tom jocoso, quando está fazendo uma piada. O apresentador manipula⁵⁰ a representação de sua imagem de

⁴⁹ Cf. à idéia de palco e bastidor criada por Goffman (1985) para tratar a construção que cada homem faz de seu próprio eu.

⁵⁰ A idéia de “manipular” a representação de si não deve ser confundida com a idéia de fingimento, ou falsidade. Deve ser entendido como um recurso fundamental na construção do eu de cada pessoa, no sentido de mobilizar consciente e inconscientemente informações, tais como aparência física,

modo a construir uma identidade unívoca, dentro e fora do programa. Nas diversas entrevistas que forneceu à imprensa, Ratinho reafirma suas opiniões, seus gostos, seus princípios. Mesmo que às vezes esses princípios, gostos e opiniões pareçam contraditórios com a prática comercial de seu programa, seu discurso busca manter a coerência entre sua vida pessoal e sua atividade profissional. Isso reforça a idéia de espontaneidade e sinceridade que tenta transmitir durante o programa, como se o apresentador estivesse interpretando a si próprio, e houvesse uma integridade entre ele, o apresentador, e a pessoa Carlos Roberto Massa. Tenta apresentar essas duas dimensões da sua vida enquanto continuidade, como se a ética que orienta sua vida íntima fosse a mesma que orienta a produção de seu programa.

Acho que não voltaria mais a fazer programa policial. O cara é apenas um suspeito e você põe ele na televisão, arrebenta com a vida do cara e depois descobre que o cara era inocente. Posso ter cometido erros assim. Hoje, penso dez vezes antes de colocar uma história policial no ar. Vejo se tem inquérito policial, se está tudo certo, não faço mais besteira. Estou preocupado com a minha consciência. (*Playboy*, julho, 2001)

A “consciência” é a mesma tanto para Ratinho quanto para Carlos Massa, ambos se confundem. Apresentam-se como uma coisa só, indivisível. Só vemos o Ratinho, Carlos Massa se dissolveu em sua personagem, é apenas ela que aparece publicamente. Quando está dando uma entrevista é a mesma *persona* que apresenta o programa, tem as mesmas opiniões, o mesmo comportamento, a mesma maneira de se expressar. Transita de uma esfera a outra como se ambas compartilhassem a mesma ética. Reafirma essa unidade a todo instante: a ética que orienta sua vida pessoal é a mesma que orienta a composição do Programa.

Eu chego aqui às 10h e fico até meia-noite, comando meu programa, só vai ao ar o que eu quero. (*Folha de São Paulo*, 27/08/2000)

Ratinho também recebeu advertência do promotor público Clinton Guimarães dos Santos, da Vara da Infância e da Juventude de São Paulo. Com isso, as cenas de tortura acabaram não indo ao ar. Mas o apresentador fez um discurso irado, no programa de ontem, reclamando da advertência. “Baixaria não é exhibir essas cenas, mas a insegurança neste País”, afirmou. “Eu assumo: fui eu quem mandou botar esse vídeo no ar”, emendou, aos gritos, “se a diretoria aqui resolver me suspender, eu não volto mais.” (*Jornal da Tarde*, 25/10/2000)

Paira a sensação de que o apresentador não é uma personagem, ou melhor, que o apresentador interpreta a si mesmo, e que, ao realizar suas críticas ou elogios, está sendo “sincero” no sentido de corresponder à mesma opinião que Carlos Massa possui em sua vida particular. Arrisca críticas à sua própria emissora pela redução de tempo de transmissão do seu programa, faz críticas a artistas, a empresários, à atuação de políticos, fala abertamente sobre suas inimizades com personalidades públicas ou com outras emissoras, profere frases revelando sua opinião pessoal sobre os mais diversos temas, mesmo sabendo que contraria o estabelecido como razoável – talvez por isso mesmo –, como suas opiniões a favor da pena de morte e contra os Direitos Humanos. A sinceridade e coragem são exaltadas na representação de Ratinho: é o homem que diz o que pensa e não tem medo de ninguém. Esses traços são enfatizados pelo discurso do próprio apresentador, ou pelo de outras pessoas, como convidados famosos que vão ao programa. É o caso da convidada do quadro “Que Nota Você Dá”, que fez uma declaração enfática: “*Este homem aqui diz a verdade!*”⁵¹, referindo-se a Ratinho.

Ele está sempre marcando as diferenças que opõe seu programa aos da Rede Globo, em relação à sua estética, mas principalmente em relação à sua franqueza. Quando diz, “*Este programa dá audiência porque é corajoso*”⁵², o apresentador está enfatizando aquilo que acredita diferenciar o seu de outros programas, considerados sofisticados e de “alto nível”: a coragem de falar o que pensa e de mostrar a realidade sem artifícios. Seus comentários são reforçados por seus atos, como quando interrompeu uma atração apresentada por um lutador de artes marciais⁵³. O lutador já havia iniciado sua exibição, quando Ratinho saiu da lateral do palco pedindo para que parasse pois tinha dúvidas quanto à veracidade da apresentação. Primeiro testou o cabo do machado que havia sido quebrado pelo lutador para ver se era “autêntico”, depois bateu com o braço sobre as barras de gelo que se romperam facilmente, revelando que aquelas já estavam derretendo.

⁵¹ Carola Scarpa, no programa exibido no dia 19/03/2000 (P1).

⁵² Frases proferidas nos programas exibidos respectivamente nos dias 20 e 23 de agosto de 2000.

⁵³ Situação ocorrida no programa exibido dia 26/08/2000 (P4).

Disse que não admitia farsas em seu programa, agradeceu a participação do rapaz e pediu para que ele voltasse outro dia. Em seguida atirou seu cassete sobre os produtores responsáveis pela atração. Nota-se que essa encenação além de confirmar o caráter de imprevisibilidade do programa, “ninguém sabe o vai acontecer” como é cantado no início, reafirma a “honestidade” de Ratinho⁵⁴.

Em outro episódio, o apresentador afirma ter princípios éticos em oposição aos interesses comerciais da Rede Globo. Critica a Globo por estar promovendo uma “modelo” que dizia ter um filho do cantor João Paulo, morto em um acidente de automóvel, e que pedia a exumação do corpo para realizar o teste de paternidade. O apresentador se mostra indignado com o desrespeito à família e com o oportunismo da modelo, recorrendo mais uma vez à idéia de “consciência” enquanto integridade de caráter:

“Se fosse meu programa que estivesse financiando, estariam todos os jornais descendo o cassete (...) Eu tenho consciência, aqui neste programa essa moça não vem.”⁵⁵

Contraria a idéia de especialização das diferentes esferas da vida ao reafirmar um ideal de integridade. Ratinho se apresenta como a mesma *persona* nas mais diversas situações: na televisão, na família, com amigos, com o Presidente da República, com os miseráveis que vão participar do programa. Reproduz uma idéia de que todas as esferas, televisiva, política, doméstica etc, respondem ao mesmo código de conduta.

É comum associar-se este programa a outros similares mais antigos ou contemporâneos, como *O homem do sapato branco* apresentado por Jacinto Figueira, que, utilizando pessoas da periferia de São Paulo, fazia uma crônica policial, ou *O Povo na TV*, com sua dimensão de prestação de serviço à

⁵⁴ Em 1998, quando ainda estava na Rede Record, o programa sofreu uma denúncia feita pelo jornal *Folha de São Paulo*. As notícias revelaram que diversos casos exibidos no programa, tais como flagrantes de adultério, denúncias de golpistas, eram inventados e não “reais”, o que abalou a credibilidade do programa, apesar do apresentador declarar veementemente que não sabia de nada, colocando a responsabilidade sobre os produtores independentes. Ver: *Folha de São Paulo*, 18/10/1998; 21/10/1998; 22/10/1998; 30/10/1998.

⁵⁵ Episódio ocorrido no dia 23/08/2000.

comunidade carente, apresentados nas décadas de 60 e 80, respectivamente. Outro caso seria o *reality show* que explora a intimidade e dramas pessoais, como por exemplo o *Jerry Springer Show*, programa apresentado atualmente nos Estados Unidos, famoso pelas brigas entre os convidados. Este trabalho optou seguir em outra direção, buscando perceber a especificidade desse programa, sem com isso querer negar as filiações e heranças utilizadas na sua composição. Ao comparar o *Programa do Ratinho* a esses programas, percebe-se um traço importante naquele. É a mistura do divertimento, do riso, da liberação ao drama, à tragédia, à moral. Maria Celeste Mira, em seu livro *Circo Eletrônico*, observa como essas dimensões, que na cultura popular tradicional não estão separadas, são em geral tratadas separadamente na televisão. Em geral, os programas de auditório exploram o divertimento, a brincadeira, enquanto os programas que se baseiam na idéia de “cotidiano”, como foi o *Povo na TV* e o *Homem do Sapato Branco*, ou atualmente, *Cidade Alerta*, da Record, *Brasil Urgente*, da Bandeirantes, e *Linha Direta*, da Globo, buscam dar um sentido de “realidade” ao programa apelando para a “seriedade”, que se expressa na postura dos apresentadores, na composição dos quadros dos programas, nos assuntos tratados. O *Programa do Ratinho* comporta a comichidade e a indignação, a brincadeira e a “realidade”, mistura esses dois gêneros explorados desde os primórdios da TV no Brasil.

Alguns estudos recentes sobre televisão apontam para uma ruptura dos limites que definiam certos domínios, como o da intimidade e da visibilidade, do fato e da ficção, do feminino e do masculino. O estudo realizado por Esther Hamburger nota um movimento no sentido de uma “diluição de fronteiras”, que levou a uma redefinição de gênero e estilo, bem como uma mudança nas representações transmitidas pela televisão.

As telenovelas, programa tradicionalmente dirigido às mulheres, são um exemplo dessa ampliação de domínio, ao passarem a absorver questões e eventos externos aos interesses femininos. Passaram a combinar convenções formais tiradas do repertório de ficções com outras tiradas do repertório de documentário e notícias, anulando as distinções entre estilo e gênero. Nesse tipo de fusão, questões

de ordem íntima, antes consideradas irrelevantes e limitadas ao âmbito privado, viram notícia e são trazidas para a arena da visibilidade pública, ao mesmo tempo em que questões sociais e políticas invadem o espaço doméstico ao serem exibidas pelas telenovelas. Dessa forma, a televisão promove o deslocamento dos conteúdos que passam a ser compartilhados na esfera televisual. (Hamburger, 1999; 2000)

Os programas chamados *reality shows* tiveram grande repercussão não apenas entre a audiência, mas entre seus críticos, como é o caso do *Programa do Ratinho*, por realizarem de forma notória essa ruptura, trazendo para o espaço da visibilidade cenas e comportamentos que tinham sido banidos há muito tempo para a esfera da intimidade. Mas o *Programa do Ratinho*, mais do que isso, colocou lado a lado, compartilhando o mesmo espaço, assuntos ligados à dimensão política da vida social e assuntos domésticos. Dentro do Programa os limites da vida política e privada se confundem, questões de ordem política e íntima são consideradas da mesma relevância. Quando coloca no ar uma reportagem sobre uma rebelião de menores infratores na Febem, na qual utiliza o mesmo formato da reportagem sobre a exumação do corpo do cantor João Paulo para que se realizasse um teste de paternidade⁵⁶, iguala eventos de naturezas diferentes. Ambos os acontecimentos são interpretados sob o mesmo conjunto de preceitos, tratados com a mesma relevância, como se fossem fatos equivalentes entre si. Não é informado em nenhum momento que esses assuntos correspondem a domínios específicos. No tratamento de ambas as reportagens, as emoções predominam sobre a razão; na avaliação dos fatos é o medo, a compaixão, a raiva ou a indignação que fornecem os argumentos para a opinião que o apresentador expressa em relação a cada um dos temas. O parâmetro para definir o certo e o errado é a conduta moral dos agentes. Recrimina os menores da Febem por seu comportamento violento, lamenta a omissão da família e do Estado, que não ofereceram uma educação correta, mas coloca que não são crianças, já têm idade para saberem o certo e o errado e serem punidos pelos seus atos. Aproveita a

⁵⁶ Ambas “reportagens” foram exibidas no programa do dia 23/08/2000.

oportunidade e cobra do governo uma solução para o problema da violência, pois “não dá para viver assim, com tanta impunidade”. No caso do cantor, fica indignado com a falta de respeito e oportunismo da modelo, “onde se viu perturbar o morto”. Nos dois casos, a questão enfatizada é a desordem do mundo, e a desintegração moral e da família, a falta de religiosidade, de respeito e solidariedade entre as pessoas.

O *Programa do Ratinho* realizou essa fusão de domínios, talvez mais do que qualquer outro programa, submetendo todos a uma mesma lógica. Ao romper os limites que separam diferentes esferas da vida social, ele instaura uma mesma ética para todas, destituindo cada uma de sua especificidade, instaura um código único a partir do qual todos os eventos podem ser julgados.

Podemos perceber que sua postura está baseada em uma certa concepção da realidade social na qual as diferentes esferas se sobrepõem umas às outras, e são atravessadas pelo mesmo código de conduta. É sempre a mesma hierarquia de valores que fundamenta suas ações, seja em que campo for. Fala aos juízes, promotores, ministros, governantes do executivo, com a mesma informalidade com que trata seus “amigos” e “inimigos”. Recusa qualquer tipo de ritual, de formalidade. Suas relações são sempre orientadas segundo uma ética privada, uma ética que orienta a vida doméstica, lugar das relações cordiais.

A cordialidade, nesse sentido, se opõe à polidez, uma vez que corresponde a um padrão de sociabilidade marcado pela informalidade, pela igualdade, pela proximidade, não havendo mediação dos rituais, da etiqueta. A medida é dada diretamente pelos sentimentos, sejam eles positivos ou negativos. As regras de polidez, por sua vez, são fórmulas que orientam a interação entre os homens, estabelecendo rígidos limites para a expressão de cada um. São o anteparo para os sentimentos e emoções. Ao mesmo tempo que formatam as formas de percepção e expressão do indivíduo, servem como proteção à sua sensibilidade, impedindo os arroubos inesperados do “outro”. Polidez, portanto, implica em auto-controle das emoções e em estabelecimento de uma distância entre os atores da interação. O homem cordial é aquele que se opõe a essa postura, tem aversão às distâncias e aos rituais, ele busca no convívio familiar o modelo para todas as outras relações

sociais.

Sergio Buarque de Holanda observa essa particularidade no comportamento marcado pela cordialidade, ressaltando a imbricação que ocorre entre a noção de “respeito” e de “intimidade”:

A manifestação normal do respeito em outros povos tem aqui sua réplica, em regra geral, no desejo de estabelecer intimidade. (Holanda, 1995, p. 148)

O respeito não se expressa na formalidade, mas na “igualdade”, entendida como ausência de distância ou de uma hierarquia rígida, onde todos se tratam por “tu” ou onde todos se tratam por “senhor”.

A ordem social competitiva na qual se fundamenta nossa sociedade contemporânea, baseada nos grandes centros urbanos e na economia capitalista diversificada, realizou uma mudança fundamental em relação à ordem social vigente na economia da grande lavoura, a qual se fundamentava na “troca de favores” e nas relações de amizade e parentesco: transformou a concorrência entre os cidadãos em valor positivo, instaurando a impessoalidade e o individualismo como base das relações. Ratinho mistura os valores da ordem competitiva e os da ordem patriarcal, comporta essas duas dimensões que parecem paradoxais: a concorrência e a solidariedade. Venceu na ordem competitiva, se tornou um rico empresário, ao mesmo tempo não abandonou suas origens, permanece “solidário” com seus iguais.

Por isso sua ênfase no valor da amizade soa muitas vezes ostensiva ou, mesmo, incompatível com o ambiente no qual circula:

Nosso diretor é engenheiro, nunca tinha feito televisão na vida, só assistia. Mas é meu amigo, tava desempregado, fudido. Então, trouxe para trabalhar comigo. Não sabe nada de televisão. (...) Faço com todos [os amigos]. Nenhum entende de televisão, mas tá todo mundo empregado aqui. Não quero nem saber. É a minha condição. (*Playboy*, julho, 2001)

A amizade se coloca acima de qualquer outro interesse, é a supremacia das relações pessoais sobre as relações profissionais, comerciais, políticas. Essa forma se repete quando trata das “inimizades”. Sua conhecida antipatia pela atual prefeita da cidade de São Paulo, Marta Suplicy, é reveladora dessa fusão de domínios e

éticas. Não se baseia em questões ideológicas como pode parecer à primeira vista, mas deve-se a razões de ordem pessoal, que o próprio apresentador conta em entrevista:

Eu, por exemplo, sou contra a Marta. Até agora fez tudo que os outros já faziam: deu aumento para os cargos que já ganhavam bem, deixou a massa de funcionários ganhando mal. Igual aos outros. (...) Não é tão ideológico. Você conhece as pessoas quando se encontra com elas. A Marta participou de um debate na MTV com meu filho [Juninho]. Na época, ele tinha 16 anos, foi logo que eu vim para São Paulo, quando começaram a dar pau no meu programa. Em vez da Marta falar mal dos programas que queria criticar, não. Pegou meu filho para Cristo. “O programa do seu pai é uma baixaria, seu pai é isso, aquilo.” O moleque ficou acuado. Quem não conhece acha que a Marta é poderosa. [Exalta-se] Essa mulher não é democrática. Batesse em mim! Aquilo me magoou muito. (*Playboy*, julho, 2001)

Ou quando fala de diferentes representantes do Partido dos Trabalhadores, quando também suas opiniões se pautam sempre em uma percepção afetiva, nunca ideológica:

Achei ele [Lula] fantástico, uma pessoa maravilhosa. A cabeça dele é muito boa, ele gosta muito do Brasil, sabe? Antes eu achava ele meio “radicalzão”. Hoje eu penso que o Lula não é um radical. O PT, sim, é radical e burro. Eu acho ele [Olivio Dutra, governador do Rio Grande do Sul] um chato, de mal com a vida. Eu não vou conversar com gente de mal com a vida, não. O Lula, sim. O Lula é de bem com a vida, é um baita de um cara. Toma cachaça, gosta de rabada. Tomamos cachaça juntos lá em casa. Eu acho ela [Marta Suplicy, então candidata à prefeitura de São Paulo] uma chata. Tanto que falei para o Lula ser o candidato a prefeito de São Paulo. (*Folha de São Paulo*, 14/07/1999)

O apresentador se manifesta com a mesma estroinice no palco. Depois de ler um artigo publicado na imprensa em que é criticado por um deputado por exibir cenas de um garoto sendo assediado sexualmente por um médico, lê em voz alta uma carta de apoio:

Ô, seu Orlando [Orlando Fantazini, deputado do PT de São Paulo]... Deputado Orlando, vê se tem mais o que fazer aí na câmara. Vai lamber sabão deputado. Não tem mais o que fazer...? se meter aqui com o programa. Se eu não tivesse mostrado aquelas imagens ninguém saberia. Talvez a próxima vítima fosse seu filho(...) O doutor é tarado. Acontece Brasil, que o doutor parece que é da alta-sociedade. Né, doutor? E quando se fala da alta-sociedade aparece tudo quanto é fresco pra defender.(...)

Tem um juiz do meu lado, o juiz e o Brasil inteiro. “Caro Carlos Massa, mais uma vez o senhor presta relevante serviço à sociedade brasileira. Como juiz corregedor de todo o Estado de São Paulo e apreciador do seu programa, parabênizo o furo de reportagem...” patati, patatá... Muito obrigado ao Doutor Ernesto da Luz Pinto

*Dória. (...) Um abraço a todos os amigos que me defenderam; e àqueles que meteram o pau, vão para os quintos dos infernos.*⁵⁷

Suas relações são sempre permeadas pela noção de amizade/inimizade que redonda sempre numa informalidade aterradora. E, aqui, vale recuperar o sentido atribuído à idéia de cordialidade por Sérgio Buarque de Holanda:

Cumpra ainda acrescentar que essa cordialidade, estranha, por um lado, a todo formalismo e convencionalismo social, não abrange, por outro, apenas e obrigatoriamente, sentimentos positivos e de *concordia*. A inimizade bem pode ser tão *cordial* como a amizade, nisto que uma e outra nascem do *coração*, procedem, assim, da esfera do íntimo, do familiar, do privado.⁵⁸

Não podemos deixar de considerar o próprio nome de nossa personagem, o quanto é típico de um dos traços que caracterizam o homem cordial – esse desejo de aproximação, de estabelecer laços afetivos. “Ratinho” reflete o que Sergio Buarque de Holanda observou quanto ao emprego dos diminutivos:

A terminação ‘inho’, aposta às palavras, serve para nos familiarizar mais com as pessoas ou os objetos e, ao mesmo tempo, para lhes dar relevo. É a maneira de fazê-los mais acessíveis aos sentidos e também de aproximá-los do coração. (Holanda, 1995, p. 148)

Esse comportamento cordial nos fala de uma ética que é associada ao “povo brasileiro”, e em outra dimensão, cria a ilusão de que o apresentador não é uma personagem do mundo da televisão, é uma pessoa que sai da esfera da vida privada e invade o universo televisivo como se esses dois espaços fossem continuidade um do outro.

A interpenetração do programa e da vida política do país também é sintomática dessa “diluição de fronteiras” observada por Hamburger. No entanto, há um outro ponto a ser observado que é central para a argumentação desenvolvida nesta dissertação. O programa é construído como um espaço onde a vida real se apresenta e não simplesmente se representa.

A penetração que Ratinho obteve na esfera da política institucional é indicativa da tentativa que o programa empreende de se colocar como uma

⁵⁷ Discurso proferido no programa do dia 25/03/2002 (P1).

⁵⁸ Cf. nota 6 do capítulo “O homem Cordial” in Holanda, 1995, p. 205.

dimensão da vida real. O *Programa do Ratinho* não se apresenta como uma ficção que incorpora elementos do gênero do noticiário e estabelece um diálogo indireto com outras instâncias, como relatado em algumas telenovelas⁵⁹. O apresentador é um sujeito que fala diretamente com o poder público, com a imprensa, com a emissora rival, com os empresários, com os juízes, seu programa é um espaço “real” onde se trava um debate entre pessoas “reais”. A forma como se dirige a todos esses sujeitos e os temas que são tratados em seu programa criam essa ilusão.

Ele costuma ser veemente com autoridades. Acha o ministro da Cultura, Francisco Weffort, "um medíocre". Se acha que tem poder? "Tenho um canhão, e gosto: ontem, falei para metade do Brasil", diz Ratinho, que planeja lançar uma revista popular de notícias, até meados do ano. (*O Estado de São Paulo*, 17/01/99)

O Congresso é muito hipócrita e o Fernando Henrique é um homem que não tem coragem de assinar uma lei. Se eu sou Presidente da República eu autorizo. “ Vocês querem fazer cassino? Podem, lá no Polígono da Seca”. Iria resolver o problema de 30% da população nordestina. Não adianta mais falar que jogo é contravenção. Se é assim, então fecha tudo, não fica com essa hipocrisia... (Ratinho em entrevista à *Revista Mercado*, outubro/1999)

De janeiro para cá, realmente, nós mudamos muita coisa. Nosso programa era mais de atendimento social do que programa de TV, propriamente dito. E nós mudamos esse conceito, primeiro porque fomos proibidos de colocar uma série de coisas, como cenas de crianças, doenças, brigas etc. Só que foi uma mudança que veio para melhor, que nos fez usar mais um jornalismo popular, que nós vamos continuar fazendo, mesmo que falem mal da gente, não tem importância. O que importa para nós é o nosso público, o povo. Vamos continuar fazendo o nosso jornalismo de cobrança, de denúncia e vamos continuar fazendo um programa de entretenimento, vamos misturar as duas coisas. Vamos cobrar por que não fazem poços no Nordeste, por que não se investe nos bingos, por que não se regulariza o Jogo do Bicho, um monte de coisas. (Ratinho, *Revista Mercado*, outubro/1999)

Alguns gostam e outros não. Alguns Prefeitos não gostam porque tem o carro pipa. O próprio Prefeito tem esse carro e o utiliza para vender água para o povo. Existe, é claro, aquele político bem intencionado. Nós estamos só dando o exemplo, não estamos tentando resolver o problema do Nordeste, não... Quem tem que fazer isso é o Governo e seus governadores. Eu vejo Governador fazer festa lá e gastar 1 milhão, dois milhões e não ter dinheiro para fazer poço, isso é sacanagem... Esses dias eu mostrei o Governo da Paraíba colocando Orquestra Sinfônica para tocar no Nordeste. Quatrocentos músicos. Quer dizer, quanto custa a saída de uma orquestra sinfônica da capital para ir para o sertão? Custa muito dinheiro. Daria para construir um monte de poços com esse dinheiro da viagem e eu acho que quem tem que manter Orquestra Sinfônica é a elite. Quem gosta da Sinfônica é a elite. A Sinfônica não pode ser mantida com dinheiro público. (Ratinho em entrevista à *Revista Mercado*, outubro, 1999)

⁵⁹ Ver Hamburger, 2000.

No programa se misturam a diversão e questões da vida política e social, é um lugar de entretenimento mas sobretudo um espaço de assistencialismo e reivindicação.

Esse palco se tornou um importante espaço de aparição de representantes do poder público, como ministros e parlamentares chamados a prestar esclarecimentos ou simplesmente fornecer “entrevistas”. Foi o caso do antigo Ministro da Justiça, Íris Rezende, do Senador da República, Antônio Carlos Magalhães, de prefeitos, parlamentares, ou de candidatos a cargos políticos, como Paulo Maluf. É extensa a lista de representantes do Poder Público que passaram pelo programa. Diversas vezes, Ratinho conclama os representantes públicos a irem ao programa, declarando que está aberto para recebê-los.

Um dos quadros frequentes consiste em uma “aula” sobre política, na qual o apresentador traduz em termos coloquiais, e não raro, escrachados, fatos ou mecanismos da política institucional. Critica ou defende as decisões dos governantes e parlamentares, cobra clareza dos candidatos a cargos políticos, como no dia 15/04/2002 (P7):

“Tô vendo aqui as propostas dos senhores candidatos à presidência da República, na Revista Época desta semana. O PT e o PSDB, o Lula e o Serra, tem que começar a jogar um pouco mais claro, pra gente entender o que vocês vão fazer para a segurança pública. Tá muito enrolado. Um pouco mais de clareza. Tá aqui o candidato Garotinho e o Ciro Gomes, pelo menos no projeto deles, eles falam o que vão fazer. Eu vou pedir para o Serra e o Lula, que vocês tem que ser mais claro. Se não como a gente vai fazer para votar?”

Não há nenhuma intenção de mostrar imparcialidade ou neutralidade, ao contrário. Procura convencer que está conversando com pessoas reais, expressando opiniões de um homem real, suas próprias opiniões. Fala aos governantes, à imprensa, aos juízes de igual para igual, como se estivesse sendo ouvido e aguardasse uma resposta. No programa do dia 19/03/2002, durante uma reportagem cujo tema era o desperdício de comida que ocorre nos presídios enquanto os trabalhadores desmaiam de fome no trem, Ratinho fala diretamente ao governador do Estado de São Paulo:

“É por isso governador Geraldo Alckmin que o sr. não quer falar

comigo, por causa dessas coisas, o sr. sabe que eu vou falar isso... Não é fácil viver num país desse aqui. Terceirize esses presídios, governador. (...) Aquela senhora que apareceu desmaiada de fome, toda vez que ela vai comprar açúcar, feijão e sal, ela tem que pagar um imposto, para dar de comer pra aqueles vagabundos lá.

Sabe, eu acho... eu tenho conversado com muita gente que está preso, eles também querem trabalhar, mas é muito mais fácil o governo pagar marmitex – porque aí tem alguma coisa por trás disso tudo – do que fazer preso trabalhar pra comer. É muito mais fácil... porque atrás da marmitex tem uma outra marmitex que eu sei de quem é. Cine Espetacular. [É encerrado o programa].”

Seis dias depois, avisou que tinha um encontro marcado com o governador⁶⁰ e no programa do dia 27/03/2002 (P3), Ratinho anuncia que se encontrou com o governador Geraldo Alckmin, e que conversaram sobre a questão da segurança pública. No mesmo dia mostrou um videotape no qual o próprio apresentador aparece ao lado do Secretário de Segurança Pública do Estado de São Paulo, Saulo Castro Abreu Filho, em uma cerimônia na qual entregou 560 novas armas para policiais civis de todo o estado.

O fato que interessa mostrar é como há uma preocupação dos políticos em aproximarem-se do apresentador e como este é consciente desse movimento, utilizando isso como material para seu programa. A ida de políticos ao Programa é encarada como uma atração, ao mesmo tempo reforça a idéia de que Ratinho intervém a favor do “povo” nas decisões políticas, é o porta-voz, leva sugestões, diz o que o “povo” quer. Ele se coloca como um conhecedor do “povo”, aquele que tem competência para fazer a mediação entre “povo” e governo, papel que sempre foi atribuído à “elite”, como veremos no próximo capítulo. Em seu encontro com o Presidente da República, Fernando Henrique Cardoso, também desempenha esse papel:

“Fui falar com ele sobre minha campanha para abrir poços de água no Nordeste, que estava sendo criticada pelos deputados da região. Sugeri também que o governo financiasse os desempregados. E ele disse: ‘Mas isso eu já estou fazendo’. Ele vai lançar um Banco do Emprego. O governo emprestará algo como R\$ 10 mil sem pedir aval, sem nada. O presidente quer mostrar que não é o governo que está desempregando, e sim a modernidade.” (Folha de São Paulo, 14/07/1999)

⁶⁰ Ver citação na página 65.

Na direção inversa, Ratinho serve como garoto propaganda de “peso” aos interesses de políticos e candidatos a cargos políticos. São inúmeros os casos em que declarou que representantes públicos solicitam sua ajuda para divulgar um programa, como o próprio Fernando Henrique Cardoso e o Ministro da Justiça Íris Rezende⁶¹, ou para participar da propaganda eleitoral, como é o caso da última eleição para o governo do estado, na qual participou pessoalmente do horário eleitoral gratuito de um candidato ao governo do estado de São Paulo, Cabrera, e foi ao palanque de muitos candidatos ao Legislativo. Diversas vezes ao ser indagado sobre sua atuação na esfera política, afirma que apóia diversas candidaturas, principalmente de prefeitos no estado do Paraná, porque gosta do jogo político e por amizade:

Quando tenho um amigo na política e sei que é bom, ajudo sim. Ajudei mais de 20 prefeitos, amigos meus. Lá em Jandaia do Sul, paguei a campanha do meu bolso. O candidato se elegeu com 85% dos votos. [Mas o que você ganha?] Nada. A satisfação pessoal. São cidades pequenas. Gosto de participar, de ver pesquisa, dos conchavos políticos, gosto desse jogo de poder. Mas não indico secretário. (...) Não quero ser candidato. Não sei ser político, mas adoro política. Meu filho, por exemplo, diz que vai ser candidato a deputado estadual. É evidente que serei o primeiro a ir ao palanque. No meio de tanto vagabundo?... Meu filho está com a situação financeira resolvida. Tem a rádio Eldorado, um televidente e não depende de mim. Não precisa ser corrupto, ladrão. Sei que é um menino bom, religioso, obediente, sério, por que vou falar que não? Ou você vai para a democracia e participa, ou entrega para o general. Não tem um terceiro caminho. Eu tenho lado. (*Playboy*, julho, 2001)

Não existe uma separação entre Ratinho, o apresentador, e Carlos Massa, o empresário, pai ou ex-deputado; nada separa a vida política da vida privada, o palco da vida cotidiana; a medida para agir é sempre dada pela amizade, pelo afeto, não importa em que esfera.

Os políticos se valem do programa para aparecer, o programa se vale dos políticos como personagens na sua encenação. A aparição dos políticos valida a idéia de que o programa é uma dimensão da vida real.

"Francamente não estou mais ligando para o que o Eurico Miranda fala. Vou me defender no Programa do Ratinho e continuar o trabalho na CPI." (senador Álvaro Dias ao ser convidado para o Programa em

⁶¹ Ver “Lula e presidente cortejam Ratinho”, *Folha de São Paulo*, 14/07/1999; *Playboy*, julho/2001.

resposta à Eurico Miranda que teceu críticas a ele no programa do dia 08;
Jornal da Tarde, 10/02/2001)

O apresentador estabelece um diálogo direto com diversas esferas da vida pública. Fala ao Governador do Estado, critica promotores e juízes que tomam medidas judiciais contra seu programa, cobra ações dos parlamentares, ou responde às críticas expressas em artigos publicados na imprensa. Todas essas ações reforçam o clima de realidade que o programa procura afirmar, rompendo com a especificidade do universo televisivo. Este aparece, assim, como sendo parte da esfera política. Não há aqui interesse em saber se o programa de fato influencia, ou o quanto influencia, nessas outras esferas. O que interessa é perceber como esses recursos reforçam a ilusão de realidade – ou seja, de rompimento do que separa a esfera televisiva da esfera política ou da esfera da vida cotidiana – buscada pelo programa através de diversos outros mecanismos já descritos nos itens anteriores. Trazer as questões e os sujeitos do mundo político institucional para o palco do programa, e por outro lado, levar pessoalmente suas idéias e reivindicações para os políticos, é apenas mais um dos recursos mobilizados que servem ao propósito de construir a imagem do apresentador como um sujeito real, e não uma mera personagem, um sujeito que age em uma esfera que ultrapassa o limite do programa de televisão.

Lendo, mais uma vez, alguns discursos a favor do programa, percebe-se essa noção de que as diferentes esferas de ação se fundem por meio da atuação do apresentador.

Gosto dele por várias razões: uma delas é pelo caráter humanitário e a outra pelo carisma e autenticidade do apresentador. (Leitora, *Folha de São Paulo*, 02/09/1998)

Como o leitor Antonio Fernandez pode chamar de falso o Ratinho, alguém que teve a coragem de ir ao Nordeste, furar chão e provar para todo mundo que lá tem água? Por que o sr. não critica a Globo e outras instituições que só fazem campanha para arrecadar alimento para os flagelados da seca e não mostram uma solução definitiva? (Leitor, *Folha de São Paulo*, 12/08/2001)

“Acompanho o Ratinho desde que ele começou na Record. Não é todo mundo que tem a boa vontade de ajudar as pessoas como ele tem”, diz o desempregado Patrick Antoani Moreira Bona, 20, que tatuou uma imagem do apresentador em sua perna esquerda. (*Folha de São Paulo*, 13/09/1998)

Essas falas mostram que essas pessoas apreciam o programa baseando-se na crença de que a representação é “verdadeira”, que Ratinho é uma pessoa. Ele é um homem que ajuda os outros devido a seu caráter humanitário, a sua boa vontade, ao mesmo tempo é autêntico, corajoso, é um homem de ação, não fica apenas no discurso.

A personagem Ratinho dá forma a uma série de anseios, crenças, ressentimentos que permanecem difusos na sociedade. Seu histrionismo, a eloquência de sua performance, o arrebatamento encenado todas as noites são formas de expressão de um condensado de valores e emoções apreendidos ao longo de sua vida.

A imagem do apresentador vai se montando a partir de diversas informações dentro e fora do programa, mas é o palco o lugar principal onde Ratinho se constrói e aparece aos espectadores, por meio de seu comportamento e também de seu discurso. Esse palco tem um caráter muito particular, ao sugerir que o telespectador tem acesso aos bastidores, como foi demonstrado no capítulo inicial, rompe com a distinção entre ficção e realidade, criando a ilusão de que vemos como o programa está sendo gestado. Ao incorporar como material do programa alguns erros e procedimentos de produção, escancara que se trata de um produto televisivo, no entanto, credita ao programa uma aura de realidade, faz crer ao telespectador que está assistindo como é ele produzido. Ao mesmo tempo, os temas tratados, os debates com as outras esferas da vida, obscurecem os limites que definem o programa como um produto televisivo. É dessa forma, que Ratinho aparece como uma pessoa real e não como uma personagem.

A questão crucial é que recria uma experiência real em uma esfera particular, a televisão, mas negando a especificidade desta. Ao romper o limite que separa palco e bastidor não desvela os mecanismos e procedimentos de criação da televisão, os quais transfiguram a realidade em moldes específicos, como era de se

esperar; ao contrário, obnubila essa dimensão de ficção presente em todo texto televisivo. Não quero negar que a televisão constitui uma parte da realidade, que cria e recria essa realidade; apenas chamo a atenção para o fato de o programa tentar velar a passagem de uma esfera à outra, tentar ocultar os limites dessas diferentes esferas que compõem a realidade. Ao querer fundir os domínios da realidade e da ficção, cria a ilusão de que seu programa é a apresentação da realidade, e não uma representação transfigurada desta.

4. Disputa No Ar

O debate que tem ocorrido recentemente em torno da televisão coloca questões sobre a qualidade de seus programas, sobre a função que esse meio deve desempenhar na vida social, sobre seus efeitos na formação do homem e nas relações sociais e sobre os limites internos e externos que devem pautar sua atuação. Em termos gerais, a questão principal que pauta o debate é sobre o limite entre liberdade de expressão e falta de ética, entre censura e sujeição ao “interesse comum”.

Neste capítulo será feita uma tentativa de descrever esse debate procurando recuperar o sentido de cada uma dessas questões em um contexto mais amplo. Quando se fala sobre “qualidade”, a que se está referindo? O que está implícito no debate sobre qualidade e sobre o papel da televisão? Que existe uma boa qualidade e uma má qualidade, e que existem pessoas que podem definir o que é bom e o que é ruim, e por outro lado, existem pessoas que não sabem discernir. A quem cabe a competência para definir essas posições? Em uma ordem divina, é Deus quem pode definir, pois ele está acima do bem e do mal. Mas na ordem secular isso cabe aos próprios homens, e terá competência para definir aquele que acumular mais poder na configuração social. O *Programa do Ratinho* nos coloca essa disputa, se por um lado é considerado o nível mais baixo a que a televisão pode chegar, vimos que, por outro, existe uma concepção de que esse programa realiza uma ação educativa, assistencialista e de divertimento que é muito valorizada. A concepção de que é de “baixo nível” está associada a idéias de valor, e não a uma visão racional

ou neutra. O incômodo ou a simpatia que esse programa provoca provém de um certo sistema de valores aprendido durante os anos de socialização na família, na escola, nos meios em que cada um circula; provém de uma concepção particular sobre o universo social, sobre o Estado, sobre os diferentes grupos sociais, sobre a cultura, sobre a dinâmica social que deve definir qual o “interesse comum” da sociedade. O argumento que acusa de ignorância aqueles que gostam do programa se iguala ao argumento utilizado no programa de que aqueles que o criticam “não entendem nada”, não conhecem o “povo”, enfim, são ignorantes à sua maneira. Iremos perceber que o argumento utilizado pelo apresentador para afirmar sua superioridade é o mesmo utilizado para criticar o programa, reduzindo-se o debate à convicção de cada um sobre sua superioridade moral.

Na segunda parte iremos ver como o campo televisivo no Brasil se constitui a partir desse mesmo debate, o qual, atualmente, foi absorvido e retraduzido pelo próprio *Programa do Ratinho*.

A televisão é hoje no Brasil o principal meio de comunicação em termos quantitativos, atingindo cerca de 84% dos lares brasileiros⁶², supera o alcance de qualquer outro meio de comunicação. Essa mídia também se constitui na principal forma de lazer de grande parte da população, com suas telenovelas, programas infantis, programas humorísticos e programas de auditório, em especial para a população de baixa renda, que dispõe de recursos escassos para desenvolver outras atividades culturais ou mesmo de entretenimento⁶³.

No Brasil, a televisão assumiu uma centralidade no dia-a-dia de grande parte da população, uma vez que é pelos telejornais que muitas pessoas têm acesso à informação sobre a vida política e econômica nacional e internacional e sobre o cotidiano da cidade⁶⁴. Este é um dos principais meios através dos quais os limites da vivência individual são ampliados e colocados em contato com outros universos. Ela é, dessa forma, o principal veículo de difusão de representações da vida social. É esse alcance ilimitado que faz com que sejam atribuídos à televisão as

⁶² Dados do IBGE/PNAD, 1996.

⁶³ Cf. com a discussão sobre o lazer da classe operária, Bosi, 1986.

mais insensatas expectativas, bem como os mais infundados medos.

De um lado, estudiosos apontam para as conseqüências nefastas que esse meio de comunicação provoca nos indivíduos desavisados, tais como a padronização dos comportamentos, a homogeneização cultural, a reprodução de um consumismo desenfreado, a interferência na formação da personalidade dos jovens etc. De outro, os profissionais exaltam suas virtudes enquanto instrumento de democratização das informações e de difusão da cultura regional e universal, e que pode servir aos anseios de construção de uma sociedade mais educada e civilizada.

É a crença em seu potencial “pedagógico” o que assusta e encanta críticos e defensores, uma vez que esse potencial pode ser utilizado para conteúdos muito diversos, como por exemplo, para a difusão de comportamentos idealizados como os mais nobres ou de condutas reprovadas moralmente.

A questão, aqui, é colocada sob outra perspectiva. A televisão é o objeto de um debate onde convergem elementos de uma concepção mais geral sobre o universo social, os quais auxiliam na compreensão do nosso objeto de análise. A hipótese apresentada é que o *Programa do Ratinho* encena, em moldes específicos condicionados pelos procedimentos de produção dos bens televisuais, essa disputa que se trava entre as representações acerca do universo social.

No segundo capítulo desta dissertação, observamos como, por meio dos jornais e revistas, se expressou o sentimento de repulsa provocado pelas cenas exibidas no programa. Vimos como esse sentimento está ligado a um padrão social que define o que é digno e o que é repulsivo, ou seja, nada diz sobre o objeto, diz sobre um padrão aprendido e assimilado pelo sujeito. A dignidade não é intrínseca ao objeto, mas é um significado construído socialmente, e mais do que isso, construído a partir de uma disputa, é a partir dessa disputa que pode ser compreendido o significado do objeto.

Agora, iremos atentar para outra dimensão dessas críticas que transcende o próprio programa e que diz respeito à televisão, ou melhor, ao papel da televisão na sociedade. Os artigos selecionados revelam uma certa concepção de como se

⁶⁴ Ver pesquisa realizada pelo IBOPE comentada por Mattos, 2000.

relacionam diferentes elementos do universo social, tais como a televisão, o Estado, a cultura e os grupos sociais; e trazem uma certa concepção da disputa social que se trava para legitimar a escala de valores que orientam as relações entre os homens.

Leiamos alguns trechos:

O vice-presidente do Tver não se conforma com a fórmula de alguns programas da televisão brasileira. "O que uma briga de vizinhos ou de marido e mulher pode acrescentar na vida de uma pessoa?", indaga, referindo-se às cenas diárias levadas ao ar no Programa do Ratinho, do SBT. A psicóloga Isabel Kahan explica que o excesso de imagens violentas causa prejuízos às pessoas. "A violência deixa os indivíduos nervosos, angustiados, e isso não é bom para ninguém." (*Jornal da Tarde*, 02/07/2000)

Segundo Paula Gomide, o hábito de assistir ao Programa do Ratinho estimula nos jovens um comportamento agressivo. "Eles estão em fase de formação de caráter e tendem a repetir a atitude do apresentador de resolver conflitos na base do grito e da exaltação", diz. (*Jornal da Tarde*, 21/01/2001)

Senão, caímos no problema do Ratinho, o mostrar por mostrar, à cata de audiência. Caímos também na banalização do crime e da violência, já apontada como uma das causas da sua proliferação. Fica parecendo que é natural, o homem é assim mesmo, paciência. É sintomático que o criminoso que gravou em vídeo a tortura de uma menina de três anos (para satisfação de Ratinho e seus eleitores, perdão, telespectadores) tenha dito que não deixaria seu filho ver toda essa violência que a televisão mostra, para ele não se acostumar com a violência, não cair no crime, porque depois que está lá dentro tudo isso é normal. O veículo televisão está fazendo nos acostumarmos ao mundo dos criminosos. (*Jornal da Tarde*, 07/11/2000)

Esses discursos atribuem à televisão uma capacidade de influenciar comportamentos e atuar negativamente na formação dos jovens. Nessa perspectiva, a televisão teria uma grande importância enquanto instrumento de socialização de valores e comportamentos tidos como decentes e civilizados, enfim, aprovados socialmente. Ela teria uma função pedagógica ao ensinar aos telespectadores como se conduzir para serem aceitos como alguém digno e honrado, ou simplesmente normal.

Não é difícil compreender o horror que o *Programa do Ratinho* causa ao exibir comportamentos e cenas que não correspondem a esses valores. Como disse uma articulista sobre os programas de auditório, "o que os torna perigosos para os homens é o fato de serem portadores de germes de graves enfermidades, de

capacidade de multiplicação epidêmica”⁶⁵.

Outras críticas enfatizam a influência negativa na construção de uma identidade da cultura brasileira, vejamos:

A dupla que faz mais sucesso na televisão, hoje, é a Carla ex-Tchan, com seu vazio programa 'Fantasia', e o famoso Ratinho, dupla que, mais do que brega, bárbara ou simplesmente desprezível, é antes de tudo incômoda. Ratinho e Carla não cativam apenas o povão, mas são consumidos como diversão por grande parte da elite, sobretudo os mais jovens, que devem ver naquilo um cinema 'trash', mas esquecem ou não dão importância ao fato de que a matéria-prima, o enredo e os personagens são reais e brasileiros. No momento em que se tenta buscar uma nova identidade cultural brasileira, surfando na onda que vai de "Central do Brasil" à Bienal antropofágica, passando pelo novo romance de Diogo Mainardi, "Contra o Brasil", temos que suportar a falta de escrúpulos e a mesmice dos programas de televisão." (Painel do Leitor, *Folha de São Paulo*, 14/12/1998)

O código de ética da Abert diz que as emissoras devem "transmitir apenas o entretenimento sadio e as informações corretas, espelhando os valores espirituais e artísticos que contribuem para a formação da vida e do caráter do povo brasileiro". SBT pode ser punido com advertência ou até expulsão da Abert. (*Folha de São Paulo*, 27/10/1998)

Queria compreender por que a censura ignora um programa de extremo baixo nível moral como o do Ratinho. Programa sórdido e violento, que, além da péssima qualidade, se aproveita de deficiências físicas das pessoas do elenco. Uma afronta à cultura brasileira. (Leitor, *O Estado de São Paulo*, 12/01/2001)

Também nesses trechos podemos observar que a televisão é colocada como um instrumento importante na formação não apenas do homem enquanto indivíduo civilizado e moralmente saudável, mas na construção do caráter do homem brasileiro, aquele que expressa os valores mais altos da “cultura nacional”. Entretanto, na visão desses críticos, um programa como esse, em vez de difundir e colaborar nessa “nobre missão”, faz exatamente o contrário, deseduca, insufla germes de desintegração moral, difunde uma imagem da cultura brasileira em negativo, mostrando apenas o que denigre a identidade do “homem brasileiro” e não seus traços positivos, aqueles que contribuiriam para a construção de uma nação elevada, sadia, civilizada e promissora.

Seguindo esse raciocínio é inevitável cair em uma armadilha: a necessidade de um controle externo à televisão, que facilmente se confunde com a censura. Aparece sempre o desejo de uma instância externa, superior e neutra, capaz de discernir entre os comportamentos e valores superiores, que ajudam a enobrecer o

⁶⁵ Citado no capítulo 2, p. 42

homem, daqueles que ferem a dignidade humana. Instância que possa impor limites aos desmandos dos profissionais da televisão. Nos artigos são encontradas duas instâncias capazes de assumir esse papel: o Estado e a “sociedade”. Analisemos primeiro o papel do Estado, que é encarnado pelo Poder Judiciário:

Não dá para entender o que o ministro da Justiça ainda espera ver o sr. Carlos Massa aprontar para tomar alguma providência que doa no bolso do irresponsável apresentador. Se não existe algum tipo de penalidade para quem expõe uma menina de três anos à violação de sua dignidade na frente das câmeras, o ministro que trate de inventar uma. (colunista, *Folha de São Paulo*, 30/10/2000)

Para o promotor Santos, o "Programa do Ratinho", principalmente, tem "desvirtuado os objetivos da concessão pública de televisão, que é promover a dignidade humana, e não feri-la". Na próxima semana, o promotor Clilton Guimarães dos Santos, do Ministério Público Estadual vai encaminhar ao Poder Judiciário uma ação civil pública contra o SBT e a Record. Na ação, o promotor deve pedir uma indenização de R\$ 35 milhões, para um fundo comum, porque considera que esses programas "não respeitam os valores éticos e sociais da pessoa e da família", em contradição com o artigo 221 da Constituição federal. (*Folha de São Paulo*, 21/10/1998)

Atendendo a pedido do Ministério Público, o juiz Ricardo Belli proibiu brigas e deficientes no "Programa do Ratinho" por entender que a exibição fere a dignidade humana e a Constituição, que prevê que a programação das emissoras deve respeitar os "valores éticos e sociais". (*Folha de São Paulo*, 27/11/98)

O promotor de Justiça e Cidadania Clilton Guimarães dos Santos entregou, ontem, ao Ministério Público Estadual, o pedido de abertura de ação civil pública contra o SBT e o apresentador Carlos Ratinho Massa. Ele quer que a Justiça exerça uma tutela antecipada sobre o *Programa do Ratinho* para impedir imediatamente a exibição de cenas de brigas e discussões e exploração de casos de portadores de deficiência. (*Jornal da Tarde*, 06/11/1998)

A miséria cultural deste país vem sendo estimulada pela TV que – é sempre bom lembrar – é explorada mediante concessão do Estado. (...) Pior do que tudo isto é o sucesso dos programas “mundo cão” do tipo Ratinho na Record. Em seu “programa”, Ratinho pratica dezenas de delitos infames. Expõe a intimidade dos humildes, maltrata e humilha setores marginalizados, propugna o assassinato dos delinquentes e sustenta a truculência policial, explora os piores preconceitos contra mulheres, negros, portadores de deficiências e homossexuais. Trata-se de um programa criminoso que deveria ser, simplesmente, retirado do ar, sem prejuízo das ações penais cabíveis. (crônica veiculada em um site da internet: www.rolim.com.br, 17/03/1998)

Essas críticas se baseiam na representação do Estado como uma instância neutra e superior, capaz de decidir o limite entre o que está de acordo e o que ofende os valores universais da humanidade. O Estado, armado pela Constituição, assume o papel de defensor dos valores éticos e sociais, o que pressupõe que tenha competência e “neutralidade” para discernir os comportamentos que dignificam o

homem e a cultura nacional daqueles que promovem a degradação humana e denigrem a cultura. Nessa perspectiva, o Estado não seria um órgão composto por homens formados dentro dos preceitos de sua época, e que estaria defendendo um padrão de conduta pautado em idéias de valor. O Estado seria o portador de um interesse supremo, estaria se baseando em um consenso geral sobre o que é melhor para todos, podendo decidir o que deve ser incentivado e o que deve ser suprimido.

Da mesma forma esse papel é atribuído a um grupo “intelectualizado”, já socializado de acordo com esse padrão cultural superior do mundo ocidental:

Acredito que a metralhadora verborrágica de alguns colunistas da Folha (como Fernando Gabeira, José Simão, Luiz Caversan, Marcelo Coelho, entre outros) possa servir para manifestar descontentamento com programas de televisão como 'Ratinho', 'Leão Livre' e outros, que deturpam a integridade dos cidadãos. Quero deixar claro que admiro os textos dos jornalistas citados – e, se não citei Gilberto Dimenstein, foi por ele já estar exercendo esse trabalho – e seus modos de contribuir para um mundo em que todos estejam livres da ignorância e da ganância, e é por isso que proponho essa idéia, para que uma arregimentação de forças consiga tirar essas banalidades improdutivas e criminosas da televisão." (Leitor, *Folha de São Paulo*, 01/11/1998)

Um público que nunca foi sequer a um cinema, nunca leu um jornal e muito menos um livro, nunca ouviu um concerto e nunca assistiu a um espetáculo teatral passou a influir decisivamente na programação das emissoras. E pior: a esse público foi negada a oportunidade de começar a ter contato com essas manifestações por meio da televisão. (...) Quem assiste à Band, ou à Globo, ou à Record, ou ao SBT via cabo, pagando, não entrava nos índices de audiência. Este é sabidamente um público mais rico, classes A, B e C alta. Agora, há meios de considerar esse dado, o que talvez favoreça canais de programação de melhor qualidade. (*Jornal da Tarde*, 06/01/2001)

Eu não sabia que estudantes de direito assistiam ao 'Programa do Ratinho'. Aliás, eu pensava que qualquer pessoa que decifrasse palavras e conseguisse dar sentido a frases fugisse dessa apropriação da miséria que lança sub-heróis." (Leitor, *Folha de São Paulo*, 31/01/99)

Duas figuras de ponta da política nacional dão a impressão de que procuram infiltrar sua imagem ou mensagens em um programa célebre por difundir despautérios, vulgaridade e idéias de grosseiro populismo. Parece difícil encontrar outro motivo que não esse, o oportunismo, para explicar a aproximação entre líderes políticos de tal responsabilidade e uma das grandes vozes da chalaça, da pregação contra direitos humanos, do abuso da miséria. São milhões de eleitores de renda em geral baixa e de escolaridade decerto exígua, cujo lazer parece ser assistir ao programa do Ratinho." (Editorial, *Folha de São Paulo*, 15/07/99)

Aqui o Estado é substituído por uma outra instância, a sociedade civil, ou melhor, por um restrito grupo que se caracterizaria por ser portador dos mais altos valores e comportamentos, bem como da competência para definir o que é bom e o

que é ruim para a sociedade. Aqueles que gostam do programa são colocados em uma posição de inferioridade intelectual, incapazes de escolher o que é melhor. O que subjaz a essa concepção é que o “povo” é ignorante, não sabe escolher, não tem discernimento, e por isso se torna presa fácil da ganância e oportunismo de alguns. É esse grupo detentor dos valores superiores que poderia auxiliar a sociedade a “pensar, urgentemente, em como fazer programas televisivos com melhor qualidade”.⁶⁶

Mas, o que está na base desses discursos e que interessa aqui nesta discussão?

Todas essas concepções organizadas, aqui, enquanto uma linha de raciocínio coerente, na verdade, são fragmentos de uma profusão de falas nem sempre concordantes entre si. São editores e colunistas de jornais, professores e pesquisadores universitários, críticos e profissionais de televisão, psicólogos, leitores, promotores, juízes, artistas, que provavelmente defendem idéias muito diferentes e talvez opostas em alguma medida. Então, o que existe em comum a todos esses discursos?

O que há em comum é a idealização de um consenso, em que deveria imperar os valores supremos e absolutos da humanidade, é a concepção de uma sociedade organizada em torno dos ideais de harmonia, de ordem e de progresso. Se esses valores consensuais não estão imperando é devido a uma disfunção, a uma falha no funcionamento da sociedade, pois ela está produzindo coisas que não deveria, está permitindo aparecerem coisas que contribuem para seu próprio esfacelamento, são tumores que podem comprometer todo o organismo. Dessa forma, o *Programa do Ratinho* não é apenas algo indesejado, é, sobretudo, agente da desintegração moral e ética, do caos e da barbárie social.

Devemos ficar atentos para o fato de o próprio Ratinho construir uma representação muito próxima disso. A diferença é que ele próprio se coloca como o porta-voz da “moral”, dos valores da “família”, do “povo brasileiro”. Ele joga para o “outro” o estigma da desintegração moral, seja ele o “miserável” com seu comportamento promíscuo, seja ele o político corrupto, seja ele a “elite” hipócrita

⁶⁶ Discurso de um professor universitário, citado no capítulo 2, p. 44.

e despudorada, o “rico” egoísta, o “bandido” mau caráter, seja, enfim, a outra emissora sem ética.

Ao olhar a história da televisão brasileira, veremos que o debate em torno da qualidade dos programas televisivos, suscitado atualmente nos meios de comunicação em virtude da popularidade que o *Programa do Ratinho* atingiu não é um fato novo. O antagonismo que se expressa em termos da “baixa” e da “alta” qualidade, do “bom gosto” e do “mau gosto”, do “moralmente qualificado” e do “desprezível”, sempre pautou o debate acerca da televisão e o debate sobre sua função na sociedade. A idéia de que a televisão deveria servir à difusão dos mais altos anseios de progresso da Nação brasileira sempre esteve vinculada às representações das elites intelectuais e políticas sobre o papel da cultura e dos meios de comunicação. Esse ideal estava presente desde o surgimento da televisão e ao longo das décadas foi assumindo diferentes contornos: de uma ambição de inserir o país na marcha em direção ao progresso tecnológico e econômico capitalista, ao anseio de desenvolvimento da Nação e do homem brasileiro. E, ainda, hoje, permeia o debate sobre esse meio.

Nacionalismo e modernização

A TV Tupi, fundada em 1950, foi a primeira emissora do Brasil e também da América do Sul. Sua inauguração foi marcada pelo pioneirismo, mas, principalmente, pela audácia e espírito inovador de seu patrono, Assis Chateaubriand. Contam os relatos que pouco antes de sua inauguração, não havia nenhum aparelho de televisão no Brasil para receber os primeiros sinais a serem transmitidos. Tiveram que ser “contrabandeados” às pressas 200 televisores que permitiram a um público restrito assistir às primeiras imagens da teledifusão brasileira (Morais, 1994). Esse fato ilustra as condições precárias na qual esse empreendimento se deu. Não havia recursos materiais ou técnicos no país para comportar tamanha façanha, foi preciso trazer de fora toda a tecnologia necessária. Os primeiros profissionais da televisão, técnicos, atores e diretores, foram recrutados entre o quadro de profissionais do rádio, e muitos foram enviados para realizarem cursos nos Estados Unidos. A fala de Walther Obermuller, segundo a qual “havia mais gente atrás das câmeras do que diante dos aparelhos receptores” é reveladora de como esse empreendimento foi realizado em um contexto incipiente, anterior à constituição de uma demanda. (Morais, 1994)

A televisão embalou o sonho de desenvolvimento de uma sociedade marcada pelos índices sociais de pobreza, analfabetismo e um imenso desequilíbrio na distribuição da riqueza; e no campo político, por uma democracia frágil, ameaçada pelos golpes de Estado e regimes ditatoriais. Nesse sentido, a televisão, enquanto empreendimento audacioso tanto tecnológico quanto economicamente, era o sinal do potencial da nação para seguir o rumo dos países capitalistas mais desenvolvidos.

A ousadia de Assis Chateaubriand expressou o desejo de diversos segmentos da sociedade em inserir o Brasil no que se acreditava ser o estágio mais alto da civilização ocidental, que se traduzia com maior evidência no avanço tecnológico e desenvolvimento econômico. A criação da Rede Tupi acenava em direção a esse ideal de “modernidade”, tão distante da realidade brasileira, dando feição ao

sentimento de orgulho nacional por meio de uma possibilidade que se inscrevia no futuro da nação.

Em seus primórdios a televisão foi um artigo de luxo, restrito aos círculos mais abastados da sociedade. Apenas em meados da década de 60, esse meio se difundiu como veículo de massa, mediante a consolidação de um mercado consumidor que demandava não apenas artefatos eletrônicos como também bens culturais (Ortiz, 1988).

Mas logo a nação foi acordada do sonho de modernidade, pululavam em todos os canais aberrações e futilidades de toda ordem que denunciavam uma face da sociedade, vista pela elite como “atrasada”. Era o “mundo cão” que invadia e atemorizava os lares brasileiros, através dos famosos programas como *O Homem do Sapato Branco*, de Jacinto Figueira, ou o programa de *Flávio Cavalcanti*; ou os programas de auditório, como os de Chacrinha e Silvio Santos, com seus divertimentos fúteis e sensacionalistas.

Com a irradiação da televisão em milhares de domicílios e o interesse do governo militar no setor das telecomunicações, a televisão foi investida de novos ideais. Foi projetado sobre ela o desejo de integrar o país em torno de um ideal de afirmação da cultura nativa e modernização da sociedade. O regime militar formulou um projeto de integração nacional que deveria se basear na peculiaridade da cultura brasileira e nos valores do mundo civilizado.

Na base do discurso de integração jazia o ideal de “desenvolvimento”, que assumiu o caráter de desenvolvimento industrial, econômico, político, urbano, social e cultural. O governo militar, durante duas décadas, foi o principal expoente dessa mentalidade desenvolvimentista, e em seu ideário defendia o crescimento econômico do país, assim como o desenvolvimento do sistema político, para os quais as principais referências eram os países capitalistas desenvolvidos e a democracia representativa americana. Mas são os investimentos na área cultural o que mais nos interessa aqui.

É a concepção que o regime militar formulou sobre a cultura que fornece elementos interessantes para compreendermos o debate que se trava hoje entre grupos intelectualizados e o apresentador Ratinho. Essa concepção não é original dos militares, pelo menos no que se refere à dimensão nacionalista de seu projeto. A construção de uma imagem positiva da Nação Brasileira, que mobilizava a

produção artística e as diversas manifestações culturais, já havia sido empreendida pelo Estado Novo (1937-1945), com base na produção de intelectuais como Gilberto Freyre, Sérgio Buarque de Holanda, e do próprio Movimento Modernista no início da década de 20 no século passado.

Segundo os ideólogos do regime militar o desenvolvimento do país deveria passar pela valorização da cultura nacional, daquilo que era considerado o traço mais peculiar do “povo brasileiro”, e pela assimilação dos valores, conhecimentos e comportamentos cultivados pela civilização ocidental. O regime militar baseou sua ideologia na Doutrina desenvolvida pela Escola Superior de Guerra, uma instituição que fora fundada em 1949 e reunia civis e militares com o objetivo de preparar as elites dirigentes do país. Seu intuito era fornecer um “instrumental metodológico” que racionalizasse a ação política do Estado, e também formular um conjunto de idéias e valores que deveriam conformar a visão de mundo e, assim, determinar os padrões de comportamentos mais adequados aos anseios de desenvolvimento do país. A Doutrina formulada por essa Escola era a expressão da convicção ética de um grupo que não se restringia aos militares, e que idealizava o desenvolvimento do país a partir da vinculação de dois conceitos: nacionalismo e modernização. Segundo ela, o caráter nacional de um povo deveria ser conhecido através de um estudo profundo da sua história, bem como pela criação de condições favoráveis ao florescimento de suas manifestações culturais.

Em 1975, foi lançada a Política Nacional de Cultura (PCN), a qual ressaltava a importância que a área da cultura assumiu no regime, principalmente nos governos Médici (1969-1974) e Geisel (1974-1979):

“O desenvolvimento brasileiro não é apenas econômico; é sobretudo social, e dentro desse desenvolvimento social há um lugar de destaque para a cultura. Não há, de fato, desenvolvimento unilateral, mas sim global, atingindo o homem em toda a sua plenitude, onde cabe, evidentemente, lugar adequado e insubstituível para a cultura.” (PNC, p. 20; apud Silva, 2001, p. 120)

A cultura nacional tinha um papel central no ideário progressista, pois ela era vista como a portadora dos germes da identidade do homem brasileiro. Portanto,

tratava-se de preservar e estimular as manifestações do espírito nacional que combinado com os avanços da civilização fariam germinar um novo homem. Esse homem ideal era fundamental no projeto de desenvolvimento. É importante notar que o principal objetivo não era controlar ou reprimir a produção cultural no país, mas antes formular estratégias que possibilitassem a sedimentação de uma identidade que mesclava os atributos da personalidade nacional aos valores universais, como podemos notar no texto de apresentação desse documento:

“Procurando ser fiel às raízes de nossa personalidade nacional e ambicionando contribuir para o engrandecimento do homem brasileiro, a Política Nacional de Cultura quer concorrer para o humanismo brasileiro, dentro da definição maior do que é o próprio humanismo: a concentração do mundo no homem e a expansão do homem no mundo. (...) Cultura não é apenas acumulação de conhecimentos ou acréscimo de saber, mas a plenitude da vida humana no seu meio. Deseja-se preservar a sua identidade e originalidade fundadas nos genuínos valores históricos-sociais e espirituais, donde decorre a feição peculiar do homem brasileiro: democrata por formação e espírito cristão, amante da liberdade e da autonomia.” (PNC, pp. 6-8; apud Silva, 2001, p.110)

Gabriel Cohn⁶⁷ chama a atenção para um ponto fundamental, a concepção essencialista e instrumental da cultura que permeia esse ideário. Tanto a preservação do patrimônio histórico e cultural, quanto o incentivo para a produção artística contemporânea, tinham um objetivo prático, conhecer e desenvolver as qualidades positivas do “espírito” brasileiro, que eram descritas como: ordem, disciplina, conciliação, cooperação, solidariedade. Esses, que eram os valores superiores do caráter brasileiro, deveriam ser reafirmados e difundidos entre o “povo”. A cultura era vista como a expressão da essência do caráter nacional, um agregado de características objetivas que precisavam ser descobertas e difundidas. As manifestações culturais além de revelarem esse caráter nacional serviria a uma tarefa pedagógica, ao disseminar os valores e anseios por todo o território nacional.

Era preciso educar o povo a partir desses “princípios fundamentais”, pois esse não estava preparado para a missão de construir um país coeso e civilizado. O que estava por trás dessas concepções era a imagem de um “povo” ignorante,

carente e despreparado para constituir uma sociedade democrática e desenvolvida. A educação do “povo” caberia ao governo auxiliado pelas elites. As elites eram vistas como fundamentais no desenvolvimento da Nação, pois elas eram vistas como portadoras do conhecimento sobre o “povo”, podendo discernir os valores e comportamentos adequados daqueles considerados “baixos” e “inadequados”. A descrição de Vanderli Maria da Silva, ajuda a compreender o papel atribuído às elites civis e militares, expresso na Doutrina da Escola Superior de Guerra:

“Às elites civis caberia o papel de intermediar a relação entre o povo e o Estado, interpretando os anseios da sociedade e fazendo-os chegar ao Estado. A elas caberia também a tarefa de detectar os valores e comportamentos do povo que deveriam ser reforçados ou substituídos por novos, mais adequados ao desenvolvimento do país. Já às elites militares caberia orientar as elites civis, norteando e delimitando sua prática, de forma a impedir que seus interesses imediatos se sobrepusessem aos interesses da Nação.” (Silva, 2001, p. 68, nota 182)

O governo militar se colocava acima da elite e do povo, como o guardião do interesse supremo da Nação. Caberia a ele orientar e coordenar essas forças complementares: o povo, portador da “essência do homem brasileiro”, e a elite, educada e civilizada, capaz de interpretar os valores e anseios do povo e escolher os mais adequados ao interesse comum.

É no contexto dessas idéias que foram sendo traçadas as diretrizes sobre os meios de comunicação de massa. As telecomunicações foram consideradas estratégicas na política de desenvolvimento e integração nacional. As novas tecnologias de comunicação viabilizavam o projeto de unificar as diversas regiões do país, isoladas pela distância física e pelas diferenças culturais, em torno de novos ideais e comportamentos, por meio da difusão das diversas expressões da cultura nacional e de uma ação educativa. A televisão era vista como o meio privilegiado para realizar tal projeto, por sua capacidade de inserção em todos os estratos da sociedade e devido à crença em seu poder de persuasão. Os militares investiram na infra-estrutura necessária à ampliação do número de emissoras de televisão e à formação de uma rede nacional, que permitisse a teledifusão dos

⁶⁷ Cf. Silva, 2000.

mesmos programas.

Mas as ações do governo não se restringiram à infra-estrutura, iam desde o estabelecimento de normas para o exercício das concessões de canais de rádio e televisão, passando pela produção de programas educativos, por recomendações diretas e indiretas a respeito do conteúdo dos programas, até a censura de determinados programas e a demissão de profissionais.

Alguns exemplos dessa atuação são os programas produzidos pelo próprio Ministério da Educação, como os projetos “Minerva em Ação Cultural” e “Domingo Mobral”, que transmitiam cursos supletivos, divulgavam entrevistas, depoimentos, apresentações de vários tipos de manifestações folclóricas e músicas, sempre de artistas nacionais. Outro exemplo, era o programa “Concerto para a Juventude”, que consistia em apresentações da Orquestra Sinfônica Nacional, transmitidas pela TV Globo, com o objetivo de divulgar a música erudita. (MEC, p. 68, apud Silva, 2001, pp. 159-160)

Na década de 70, com o Presidente Médici, as ações do governo começaram a ser mais e mais impositivas, intensificando a intervenção e censura sobre os conteúdos da programação televisual. No primeiro ano de sua gestão foi assinado um decreto proibindo toda publicação e transmissão de matérias consideradas “ofensivas à moral e aos bons costumes”. Em 1971, o ministro das Comunicações, Hygino Corsetti, justifica a interferência de seu ministério no conteúdo transmitido pela televisão:

Antes de mais nada, quero dizer que essa minha interferência é feita com o conhecimento e recomendação do Presidente Médici. Confesso que a qualidade do que se faz na TV brasileira já me preocupa tanto quanto a extensão das redes e a qualidade das imagens, que deveriam resumir a atenção do ministro das Comunicações. (Mattos, 2000, pp. 98-99)

Outra forma de atuação dos governos militares eram as recomendações dadas às emissoras e concessionárias de televisão que resultavam em grande medida em uma “auto-censura” realizada pelas próprias emissoras, as quais buscavam afinar sua programação com os anseios do regime. Isso fica claro ao compararmos a fala

do ministro das Comunicações, Euclides Quandt de Oliveira, do governo do Presidente Geisel (1974-1979), sobre a grande quantidade de programas estrangeiros transmitidos pela televisão, a um folheto promocional publicado pela Rede Globo:

A televisão comercial impõe sobre as crianças e jovens uma espécie de cultura que não tem nada a ver com a cultura brasileira... Em vez de atuar como um fator de criação e difusão da cultura brasileira, a TV está realizando o papel de privilegiado veículo de importação cultural e está desnaturalizando a criatividade brasileira. (...) O ministro espera que as estações de rádio e de televisão vão preencher e cumprir plenamente seus contratos e obrigações legais, seus códigos de ética, bem como aumentar a cooperação para a realização dos objetivos compatíveis com os esforços do país para sair da posição de subdesenvolvimento e ocupar a sua merecida posição no mundo. (Mattos, 2000, pp. 104-105)

Enquanto a Globo aprendia as técnicas essenciais e criava o estilo próprio da televisão brasileira, proporcionava a si mesma os mais modernos equipamentos existentes. A transição a 100 por cento de produção e transmissão a cores se produziu em um período de cinco anos, entre 1972 a 1977. Consciente da necessidade de manter estreitos laços com a cultura brasileira e de expressar esta cultura em vídeo, a Rede Globo nacionalizou sua programação a tal ponto que, na atualidade, dos 10 programas de maior audiência, apenas dois são produzidos no estrangeiro. Os outros oito foram criados e produzidos no Brasil pela Rede Globo em 1979. (Mattos, 2000, p. 96)

O governo passou a exercer uma maior interferência sobre os conteúdos dos programas, buscando estimular a produção nacional em detrimento da importação de programas estrangeiros, e condenar a programação que apelava para cenas que exibiam a miséria, a desintegração moral, a criminalidade. Os programas de auditório transmitidos ao vivo e os programas chamados “mundo cão” ficaram na berlinda nessa corrida para a modernidade, uma vez que além de expor o “lado negativo” da sociedade, eram vistos como difusores de comportamentos e valores inadequados, enquanto que os telejornais, no primeiro momento, foram encarados como os principais agentes no projeto de integração nacional. No entanto, foram as telenovelas que ocuparam cada vez mais o papel de difusão dos padrões morais e comportamentais valorizados pela mentalidade “modernizadora”.

A televisão devido ao seu alcance tornou-se o principal meio de

comunicação nessa política cultural, servindo à propaganda do regime e à ação pedagógica planejada pelo governo. Essa centralidade da televisão é expressa nas palavras do ministro das Comunicações, Euclides Quandt de Oliveira, em um pronunciamento em outubro de 1974:

A televisão comercial brasileira é baseada na filosofia de empresa privada, mas devido ao seu poder de penetração e persuasão, ela não pode ser tratada como os outros veículos de massa, por exemplo, a imprensa. Devido à sua natureza específica ela deve ser tratada com um alto grau de responsabilidade, no que diz respeito à cultura, educação e aos esforços para o desenvolvimento nacional. (Mattos, 2000, p. 101)

Os objetivos do governo eram estimular e apoiar a ação cultural, ao mesmo tempo zelar pelos valores e princípios identificados como o fundamento do “caráter nacional”. A censura era vista como uma necessidade para colocar limites aos interesses individuais que se contrapunham ao interesse comum da Nação e impedir a difusão das concepções que contrariavam a imagem salutar da cultura e do homem brasileiro.

O regime militar autoritário desejava construir uma democracia genuinamente brasileira formada a partir da “essência” e dos traços “superiores” da cultura de seu povo, e talvez esteja aí o sentido mais perturbador do termo “autoritário”. A idéia de “essência” e de “superioridade” traziam em si uma dimensão autoritária, uma vez que impunham de forma unilateral uma representação fechada e acabada da identidade de um povo. O que não difere da representação que o *Programa do Ratinho* constrói do “povo brasileiro” como foi descrito há pouco no terceiro capítulo, no qual é mobilizada a idéia de autenticidade; nem dos discursos que glorificam a superioridade dos valores civilizados.

Na descrição que Vanderli Silva faz da Doutrina elaborada pela Escola Superior de Guerra, percebe-se essa dimensão autoritária da concepção que orientou a ação do governo militar:

“A Doutrina reuniria os resultados de uma análise, supostamente racional e verdadeira, da situação brasileira e de uma escolha pretensamente legítima – a eleição do Bem Comum como objetivo último a ser alcançado no futuro – além de propor

normas para a padronização das ações do Estado, visando torná-las eficazes e eficientes e, portanto, capazes de contribuir para o aperfeiçoamento da sociedade, preparando-a para alcançar seus objetivos.” (Silva, 2001, pp. 164-165)

Era a convicção de que as escolhas do regime se baseavam em um conhecimento objetivo, ou seja, adquirido através de uma “análise verdadeira e racional”, como se este fosse neutro e não baseado em idéias de valor, o que encerrava o autoritarismo do governo militar, uma vez que impedia qualquer forma de diálogo ou de questionamento sobre suas ações. Era a crença de que seus objetivos eram orientados por um interesse comum, que estaria acima dos interesses dos grupos, constituído a partir de um conhecimento racional e não a partir de uma disputa simbólica, o que garantia a legitimidade ao regime ditatorial. Era, enfim, a concepção de um “espírito” nacional, que suplantava todos os conflitos e diversidades presentes na sociedade brasileira, o que orientou a ação repressiva do governo militar.

É curioso que o que eram duas faces da moeda progressista lançada pelo regime militar sofreu uma transfiguração e apresenta-se hoje no debate sobre o *Programa do Ratinho* como duas coisas opostas. De um lado, Ratinho se vale de um nacionalismo tosco, de outro, grupos intelectualizados exaltam a superioridade dos valores cultivados pela civilização.

Lendo as qualidades do homem brasileiro descritas em um documento divulgado pela Escola Superior de Guerra, podemos perceber uma correspondência com a imagem construída por Ratinho:

“De um modo geral, poderia ser identificado o homem brasileiro como um complexo étnico e com uma cultura relativamente homogênea, paradoxalmente condicionada por culturas heterogêneas: individualista, sentimental, improvisador, cordial, comunicativo, humano e pacifista. Ama a liberdade e a natureza, é lírico, nostálgico, superficial, autodidata, abstrato, idealista, teórico e tolerante. Respeita seu semelhante, suas opiniões, crenças e religiões, mas exerce o senso crítico e faz humorismo irreverente. Cuida antes de si mesmo, mas gosta de ajudar o próximo. (...) Homem que bem expressa uma cultura nova, característica de uma formação peculiar.” (ESG, pp. 73-74, apud Silva, 2001, p. 147)

São inúmeras as semelhanças com a representação que Ratinho constrói em seu programa: a cordialidade, a tolerância, o caráter “humano”, o improvisado, o sentimentalismo, o humorismo, a nostalgia e a mistura de um certo “egoísmo” e solidariedade. Ratinho é a encarnação do homem cordial, aquele que age e pensa com o coração, recusa qualquer tipo de ritual, trata a todos com a mesma informalidade, ou nas suas palavras “trata todo mundo igual”⁶⁸, “fala o que pensa” enfeitando os códigos de etiqueta. Cultiva as recordações de sua infância e os hábitos de sua vida antes da riqueza e da fama, gosta de cachaça e tem medo até hoje de assombração, devido às histórias que seu pai contava quando moravam na roça⁶⁹. É tolerante com as diferenças religiosas – sua esposa é Testemunha de Jeová, ele próprio é católico – e com as diferenças políticas – cultivava amizades com representantes de diversos partidos de esquerda e de direita. Só não tolera a “injustiça” contra o “povo”, a qual tenta compensar com seu assistencialismo. Entretanto, não está na televisão para fazer caridade, é antes de tudo um empresário e um profissional da televisão cujo objetivo é ganhar a vida. Seu sonho é ser lembrado como um novo “Mazzaropi”, um sujeito esperto e engraçado, humilde e de bom coração.

Ratinho conseguiu reunir em sua personagem quase todas as qualidades idealizadas sobre a personalidade do homem brasileiro. Ao mesmo tempo, nega às elites a posição de conhecedoras dos anseios e cultura do povo, coloca-as no lugar de “inimigos”. Em diversas falas defende que a função de educar o povo cabe ao Estado, à família e à religião. Não obstante, o apresentador aproxima-se de uma concepção do “povo” como despreparado e carente, ao colocá-lo no papel de vítima, e ele próprio como herói, ou seja, sujeito sabido e poderoso, que defende a população explorada pelos “ricos” e abandonada pelo poder público.

E isso não está longe dos discursos que lemos na imprensa nos dias de hoje, mas com uma pequena inversão dos papéis. Ratinho é o oportunista que se vale da ignorância e debilidade da população, enquanto o Estado e os “grupos intelectualizados” são os portadores do conhecimento acerca dos limites que

⁶⁸ Ver entrevista em *Playboy*, jul/2001.

definem a superioridade ética e a degradação humana. Seriam, portanto, os agentes legítimos na defesa dos comportamentos e valores superiores e daqueles que devem ser ocultados e extirpados. E a televisão ressurgue como agente socializador dos valores e comportamentos éticos e morais adequados, instrumento que deve servir a essa tarefa de educar o povo néscio e difundir os princípios da civilização ocidental. Dessa forma, a televisão deveria estar nas mãos de pessoas cultivadas nos valores e aspirações civilizados, capazes...

“... de inculcar na população nacional interesses, aspirações e objetivos novos, com o fim de impregná-las favoravelmente às necessidades de um aperfeiçoamento material e espiritual.”
(ESG, p. 73, apud Silva, 2001, p. 148)

O lamento que se ouve na imprensa é devido ao fato de a televisão não servir a esse papel, considerado tão nobre; antes reforça os aspectos vistos como negativos da população, o que ela teria de mais “torpe”, “reacionário” e “bárbaro”; e quando muito serve ao entretenimento barato e sem valor.

Parece-me que os artigos na imprensa revelam uma “ingenuidade” similar à revelada pelo discurso de Ratinho. Este atribui a injustiça da ordem social à má-fé e ganância dos políticos e da elite, combinadas à negligência e desvirtuamento das funções do Estado. Aqueles atribuem o “baixo nível” da televisão à má-fé e ganância de seus profissionais, e ao mesmo tempo à displicência do Estado. O primeiro afirma seus valores e virtudes e desqualifica o comportamento dos “outros”. Os segundos, reafirmam sua superioridade ao conferir ao “outro” o *status* de inferior, tendo como aferidor seu próprio sentimento de repulsa.

⁶⁹ Ver entrevista em *Playboy*, jul/2001.

O campo televisivo

“O que interessa é que o popular vende.
O povo toma cerveja.
A classe A compra carro importado.”⁷⁰

Durante a Ditadura Militar a televisão brasileira se desenvolveu permeada por duas perspectivas, uma externa, cujo expoente foi o próprio governo, e outra interna, que predominou entre os profissionais da área. A primeira via a televisão como um instrumento pedagógico e de difusão dos valores da cultura nacional e universal. A segunda via a televisão como um veículo de publicidade, que deveria contribuir para a constituição de um mercado consumidor.

Esses dois aspectos interagiram intimamente na constituição do caráter atual da televisão brasileira. A concepção instrumental da televisão se traduziu em uma demanda por uma imagem que correspondesse aos anseios difusos pela sociedade da época, vinculados ao nacionalismo e à modernidade. Era preciso construir a imagem de uma televisão genuinamente brasileira, na programação, no estilo, nos atores, nos símbolos, e ao mesmo tempo, responder aos anseios de modernização através da tecnologia, da sofisticação das imagens, dos recursos técnicos, estilísticos etc. A concepção da TV como um empreendimento econômico, ligado ao mercado publicitário, deveria responder à demanda dos anunciantes que desejavam associar seus produtos à imagem da modernidade em consonância com os anseios difusos pela sociedade. Essas duas dimensões seguiram paralelas levando a televisão para a mesma direção.

A Rede Globo absorveu essas demandas e construiu sua distinção a partir disso, acumulando e monopolizando uma série de tecnologias e conhecimentos que se traduziram em poder dentro do campo televisivo, e que lhe garantiu a posição de líder de audiência até os dias atuais. Essa capacidade de distinção permitiu-lhe acumular um gradiente de poder muito mais extenso do que o das outras emissoras.

A Rede Globo encarnou o espírito da “alta qualidade” e modernização

⁷⁰ Ratinho citado em *Folha de São Paulo*, 22/09/1999.

pregado pelo governo militar, investindo em novas tecnologias, na ampliação da rede de emissoras, e, ao mesmo tempo, buscou afinar sua programação com o ideal nacionalista, investindo fortemente na produção de programas nacionais, diminuindo cada vez mais as importações⁷¹.

A Globo foi a primeira a conseguir padronizar sua programação em todo o país. Essa unificação da programação em todo o território nacional foi outro objetivo que pretendia corresponder ao projeto de integração nacional. Em 1969, foi lançado o “Jornal Nacional”, o primeiro programa regular a ser transmitido em rede nacional, o que depois foi sendo estendido às telenovelas e outros programas. Aos poucos foram sendo retirados da grade de programação os programas de auditório, base da sua programação na década de 60. Na década de 70, dois dos mais importantes representantes do programa de auditório brasileiro foram transferidos da Rede Globo para a Rede Tupi: em 1972, o apresentador Chacrinha, e em 1976, Silvio Santos. Em 1973 é lançado o “Fantástico – O Show da Vida”, um tipo de revista virtual, que se consolidou como líder de audiência na programação dominical, misturando fatos jornalísticos a temas variados, como música, natureza, cotidiano, esportes etc. Em consonância com essa linha editorial, a Rede Globo investiu cada vez mais nas telenovelas; foram produzidos nesse período folhetins que marcaram a história da televisão no Brasil, como “Irmãos Coragem” e “O Bem Amado”, ou voltado para o público infantil, como a mais famosa versão do “Sítio do Pica-Pau Amarelo”. Em 1978, foi ao ar o Telecurso 2º Grau que se tornou o programa educativo de maior sucesso da televisão brasileira, produzido pela Fundação Roberto Marinho, responsável pelos programas de educação à distância transmitidos pela Rede Globo. A emissora, ainda na década de 70, passa a exportar suas telenovelas para vários países latino-americanos, e alguns de seus programas recebem prêmios internacionais. (Mattos, 2002)

As telenovelas produzidas pela Rede Globo, durante a década de 70, foram os principais veículos de difusão de certas representações que se afinavam com os ideais do governo militar. As produções estrangeiras foram sendo substituídas pela

⁷¹ Ver citação na página 14, sobre folheto divulgado pela Rede Globo.

produção nacional, os temas antes ligados ao exótico, às terras distantes, à temporalidade indefinida, cederam lugar aos temas atuais, ligados à realidade nacional. A oposição maniqueísta comum ao gênero do melodrama adquiriu a feição da oposição entre moderno e atrasado, que se expressava em termos muitas vezes do contraste entre o novo e o tradicional, entre o jovem e o velho, a liberdade e a opressão, a amizade e a ganância, a justiça e a injustiça. Essas oposições não se estruturavam em termos políticos ou ideológicos, mas apenas em termos morais (Hamburger, 1999).

Esse movimento em busca de um novo perfil para a programação coincidiu com a consolidação de uma mentalidade que passou a imperar no universo televisivo: a concepção da televisão como um veículo publicitário.

A baixaria acabou por uma necessidade publicitária?
Nós tínhamos de acabar com isso porque o nosso projeto era fazer um veículo de publicidade. Nós sabíamos que tínhamos de disputar mercados qualificados de audiência e ter uma rede de TV. A TV Globo é produto de publicitários. Eu, Walter Clark e o (João Carlos) Magaldi éramos publicitários. Imaginávamos que tínhamos uma responsabilidade com o mercado publicitário de arranjar um veículo onde se pudesse exibir anúncios decentemente. Tínhamos uma visão de que a TV tinha de ser, ao mesmo tempo, um veículo de informação e de entretenimento de qualidade. (José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, vice-presidente de coordenação estratégica da TV Globo; *Folha de São Paulo*, 16/09/2000)

A televisão passou por um processo de racionalização interna e reorganizou sua atividade em função de um novo alvo: os anunciantes. Em novembro de 1972, a Rede Globo reuniu a imprensa e as agências de publicidade para apresentar a programação que seria exibida em 1973, com o objetivo de conseguir negociar antecipadamente os patrocínios publicitários. Essa emissora foi a primeira a estabelecer esse tipo de relação com os anunciantes e a introduzir o *merchandising* na televisão, em 1973 na novela “Cavalo de Aço”. (Mattos, 2000)

Na década de 70 houve uma mudança na estrutura empresarial da televisão, que pode ser percebida na mudança da organização da grade de programação. No início, os patrocinadores produziam os programas que deveriam ser veiculados, além de contratar diretamente os artistas e produtores. Assim, os anunciantes compravam faixas de horário, e os programas eram identificados pelo nome do patrocinador, como *Repórter Esso*, *Telenotícias Panair*, *Telejornal Bendix*,

Reportagem Ducal, Telejornal Pirelli, Gincana Kibon, Sabatina Maisena e Teatrinho Trol. (Mattos, 2000) Hoje, os anunciantes se inserem nos intervalos comerciais ou durante a transmissão dos programas, o chamado *merchandising*.

A televisão se tornou o principal veículo publicitário, concentrando cada vez mais as verbas destinadas à publicidade, o que contribuiu para o seu desenvolvimento mas aumentou sua dependência em relação aos anunciantes e agências publicitárias. (Mattos, 2000)

Desde a década de 70, a Rede Globo foi desenvolvendo um modo de fazer televisão que se tornou um “modelo” de televisão bem-sucedido, no que se refere à dimensão comercial de uma empresa, mas, principalmente, no que se refere à produção dos bens culturais. Neste aspecto, a Globo criou sua marca que, até hoje, distingue sua programação dos programas produzidos e exibidos em outras emissoras, o que pode ser percebido pela grade de programação que combina as novelas e os noticiários no horário nobre, ou pelos recursos técnicos e estilísticos, que criaram o efeito de sofisticação reconhecido pela própria emissora, mas também entre os profissionais do ramo, através do bordão “padrão Globo de qualidade”. A qualidade identificada ao padrão Globo expressa-se no enquadramento que limita a quantidade de informação, nos movimentos de câmera suaves, na impoção da voz e na linguagem formal que obedece à norma culta da língua portuguesa; por outro lado, há uma recusa dos excessos de informações, tanto visuais quanto sonoras, bem como do improvisado. Predomina o tom impessoal e objetivo, o controle dos impulsos, e a valorização da razão, enfim, não há espaço para as explosões emocionais tão recorrentes em nosso objeto de pesquisa.

O “padrão Globo de qualidade” é a manifestação de uma determinada configuração do campo televisivo, na qual essa emissora ocupa uma posição privilegiada. Ao mesmo tempo expressa o sentimento de orgulho daqueles que trabalham na Rede Globo, devido ao auto-reconhecimento de sua elevada posição, e por outro lado, expressa também o auto-reconhecimento da posição inferior daqueles que não correspondem a esse padrão. O reconhecimento da Globo como

modelo do mais elevado padrão, em termos da produção televisiva, implicou em uma formalização dos comportamentos e dos procedimentos dos profissionais da televisão, e a criação de uma fronteira que deixou de fora todos aqueles que não compartilhavam desse *ethos*. Foi definido uma série de convenções em relação às estruturas narrativas das telenovelas e dos noticiários, ou mesmo em relação à estética dos programas, na qual foram mobilizados não apenas recursos de alta tecnologia, mas também determinados comportamentos, aspectos físicos, vestuário, vocabulário, gostos e valores que marcaram um estilo particular.

Os cursos oferecidos por essa emissora tornaram-se importantes instâncias de reprodução de uma determinada mentalidade e modo de operar entre os profissionais da área, e que foi decisivo na constituição dessa distinção.

Ao se constituir o “padrão Globo”, constituiu-se um modo de transmissão de prestígio e afirmação da superioridade de um modo de fazer televisão, garantindo distinção a um grupo de profissionais e também de “telespectadores”. A vinheta utilizada por um longo período, “Globo e você, tudo a ver”, mostra essa ligação que a emissora tenta construir com o telespectador, o que leva implicitamente a uma identificação entre aquele que assiste e o prestígio alcançado pela emissora. Ocorre uma troca, na qual o nível elevado (econômico e social) do suposto público telespectador confere valor simbólico e financeiro à emissora, ao mesmo tempo em que consumir os bens desta atribui valor pessoal àqueles.

Em 1981, o empresário Silvio Santos ganhou a concessão de algumas emissoras que pertenciam à Rede Tupi, inclusive o Canal 4 de São Paulo, inaugurando o Sistema Brasileiro de Televisão, SBT. Essa emissora se tornaria a segunda maior emissora de televisão, apostando em uma estratégia comercial diferente da da Globo. O SBT se sustentou anunciando os produtos das empresas ligadas ao próprio Grupo Silvio Santos, do qual o mais importante foi o *Baú da Felicidade*, com seus sorteios e prêmios, e atualmente a *Tele-Sena*, um título de capitalização. Essa emissora buscou construir uma imagem diferenciada da Globo, apelando para a idéia de que era uma televisão “popular”, investiu em uma programação particular, buscando se identificar com a população de baixa renda.

Dessa forma, atraía os anunciantes de menor peso, com seus produtos voltados para um segmento da população com menor poder aquisitivo, além de contar com as propagandas oficiais do governo que sempre foi o principal anunciante da televisão. Os programas de auditório se firmaram como a marca de sua programação, assim como as novelas importadas de outros países da América Latina, e a escassez de noticiário na grade de programação.

Silvio Santos disse que não precisa seguir o modelo americano de televisão, com jornalismo no horário nobre, seguido de seriados ou novelas. Lembrou que teve programas jornalísticos de prestígio, como o liderado por Boris Casoy, mas que esses programas não tiveram um retorno publicitário compensador. (...) Para Silvio Santos, o principal exemplo de que colocar comerciais no SBT vale a pena para o anunciante é a Tele-Sena, outro negócio dele mesmo. As campanhas do Tele-Sena são veiculadas só no SBT e isso é suficiente para que sejam vendidas entre 15 milhões e 20 milhões de cartelas ao mês.” (*Folha de São Paulo*, 30/09/98)

Consolidou-se a idéia, entre os publicitários e profissionais da televisão, de que a distinção alcançada pela Globo atendia à demanda simbólica das classes mais altas, atraindo, assim, telespectadores com poder de compra mais elevado, enquanto o SBT atraía telespectadores com menor poder aquisitivo, o que se traduziu na valorização do horário comercial da primeira, que atualmente chega a custar 6 vezes mais do que o preço por tempo equivalente na mesma faixa de horário no SBT.

Ao que parece, a cisão que se estabeleceu no campo televisivo com base na distinção das emissoras entre “alta qualidade” e “baixa qualidade”, ou “sofisticado” e “inestético”, “especializado” e “popular”, não correspondeu à necessidade de atender à demanda simbólica de um público mais rico, mas, sim, à demanda do mercado publicitário. Algumas pesquisas revelam que a composição da audiência em termos da classificação A, B, C, D e E, de acordo com o “Critério Brasil”, utilizado pelas empresas de pesquisa de mercado, é muito próxima tanto para as novelas da Rede Globo quanto para o *Programa do Ratinho*. São os anunciantes que precisavam associar suas marcas a um certo *ethos*, que permitisse a identificação com um estilo de vida associado às classes ricas. Essa identificação

faz com que o produto funcione como símbolo de distinção para o consumidor, despertando o desejo de consumo em todas as classes.

Há uma idéia generalizada de que a Globo consegue atrair a maior parcela dos anunciantes devido ao potencial de consumo de seu público telespectador. Em diversos estudos sobre a televisão, assim como, em algumas falas de profissionais, predomina a idéia de que o público alvo, determinado em termos da classificação A, B, C, D e E, orienta as escolhas dos anunciantes, que estariam interessados nas classes com maior poder aquisitivo. Assim o valor de uma inserção publicitária seria calculado cruzando o índice de audiência e o suposto público que o programa atrai. Programas voltados para um público com baixo poder de consumo teriam sua receita publicitária reduzida.

“O sucesso não está só atrelado ao volume de gente e sim ao tipo de gente que atinge” (Luiz Fernando Vieira, diretor de Mídia e Negócios da Talent, in: *O Estado de São Paulo*, 10/09/2000)

Para Lafon, atrações como a de Hebe Camargo podem não ter ibope espantoso, mas sempre fisgam bons anunciantes. Segundo ele, Hebe tem canal aberto com as mulheres com poder de compra. (*O Estado de São Paulo*, 10/09/2000)

Entretanto, apesar de esse ser um dos fatores que determinam algumas escolhas dos anunciantes, não é o principal. O primeiro indício que aponta nesse sentido é o fato, já citado, de que o público que assiste à Globo não diferir muito daquele que assiste ao SBT, e no entanto, há uma nítida diferença entre o perfil do anunciante de uma e outra emissora e uma grande diferença entre o preço de seus respectivos espaços publicitários. Ou seja, o que define o valor de seu espaço publicitário não é a classe social de seu público, mas a capacidade que a emissora possui em agregar valor ao produto que está divulgando, daí o sucesso da Globo ao construir uma imagem de modernidade, de sofisticação, alta qualidade em termos estéticos e éticos, que correspondia a essa demanda dos anunciantes.

Os próprios critérios utilizados para classificar o poder de consumo da população são muito controversos, até 1997 havia diversos critérios que ofereciam dados muito diferentes sobre a classificação sócio-econômica da população.

Mesmo com a unificação dos critérios, ainda persiste a dificuldade para definir a classe a qual pertence um indivíduo. Outro ponto importante é que o principal objetivo desse critério é classificar o poder de consumo das famílias, e não seu “estilo de vida”, seu gosto e preferências, não há como traçar uma relação direta entre o poder aquisitivo que se traduz em termos de classe A, B, C, D ou E e a preferência por este ou aquele programa. Assim muitas pessoas que pertencem à classe C, preferem assistir a Globo e muitas da classe A preferem o *Programa do Ratinho*.

Existe uma idéia difundida no meio publicitário de que quando um programa alcança um certo nível de audiência significa que está atingindo todas as classes sociais. Se o objetivo do anunciante é simplesmente ser visto pelas classes mais altas, ele poderia anunciar tanto em uma quanto em outra emissora, ou simplesmente escolher o espaço publicitário mais barato, como é sugerido na fala de um publicitário:

O grosso dos telespectadores de Ratinho pertence às classes C e D, mas ele já virou atração também entre as pessoas de poder aquisitivo mais alto. É esse o ponto que preocupa as emissoras concorrentes. Os altos índices de audiência de Ratinho estão atraindo anunciantes pesos pesados, em lugar da loja da esquina e dos produtos vendidos apenas regionalmente. Nas últimas semanas, um cartão de crédito internacional e uma grande fábrica de bebidas fecharam negócio para anunciar no Ratinho Livre. “Quando um programa popular chega perto dos 40 pontos de audiência, é sinal de que gente de todas as classes está assistindo, e como o preço dos comerciais não sobe na mesma proporção, eles viram um bom negócio para os anunciantes”, explica Daniel Barbará, diretor comercial da agência de publicidade DPZ. Isso não significa que empresas de porte estão deixando de anunciar seus produtos em outras emissoras no mesmo horário, e sim que o bolo publicitário aumentou. “Com isso, Globo e SBT, por exemplo, não estão perdendo, mas deixando de ganhar”, acrescenta Barbará. (Veja, 18/03/1998)

Entretanto, não ocorreu como foi previsto acima. Tanto as inserções publicitárias durante o programa quanto os anúncios nos intervalos comerciais continuam os mesmos desde então, com algumas variações das marcas, mas não dos tipos de produtos. Os principais anunciantes ao longo do programa são as empresas que pertencem ao próprio apresentador, tais como, Viena (cosméticos, método anti-tabagismo), Nutriara (ração para cães), Nutril e Café no Bule (produtos alimentícios); que pertencem ao Grupo Silvio Santos, como Baú da Felicidade e Tele-Sena; e alguns raros anunciantes independentes como lojas de

móveis Kolumbus e Banco de Crédito Pessoal Panamericano.

Ao mesmo tempo, as novelas são reafirmadas como um dos melhores espaços de mídia pela sua ampla audiência, que atinge todos os *targets* (público alvo de determinado produto) e não por atingir um especificamente, como podemos ler em uma revista dirigida para executivos de empresas e agências de publicidade, através da qual a Rede Globo faz propaganda de seu espaço publicitário, divulgando sua estrutura comercial, e a lógica do “padrão Globo de qualidade”:

“Como mídia, as novelas são a melhor cobertura e a frequência mais eficiente para a maioria dos *targets*.” (Octávio Florisbal, Superintendente Comercial da Globo, *Mercado Global*, 1995, nº 98, p. 12; *apud* Almeida, 2000)

Uma fala de um publicitário que justifica a ausência de pessoas negras nas propagandas devido à recusa dos clientes, ou seja, da empresa que contrata a agência, confirma a idéia defendida aqui de que há uma demanda simbólica dos anunciantes que querem associar sua marca a determinados valores, padrão de comportamento, ética, estilo de vida, demanda que as emissoras buscaram atender.

“Tem pouco porque... que nem eu falei... porque muito cliente diz que não quer, a pessoa rejeita. (...) Porque ainda no Brasil, a cor negra é sinônimo de pobreza. Então você fala: ‘Ah, é coisa pra pobre!’ O público vai dizer isso, não eu. Vão achar que é um produto pra pobre. Pra classe C. E ninguém quer ter produto pra pobre.” (Almeida, 2000, p. 13)

Não é o interesse ou desinteresse dos anunciantes pelo público atingido com determinado tipo de programa que define suas escolhas, mas é o receio de ver sua marca identificada ao *ethos* que tais programas representam. Em 1999, no Encontro Internacional de Mídia, esse foi um dos temas debatidos: “Quais são as consequências para a imagem das empresas que anunciam seus produtos e serviços em veículos de comunicação que exploram a miséria humana e desrespeitam os direitos do cidadão?” (*O Estado de São Paulo*, 22/09/1999) A fala selecionada abaixo mostra que os anunciantes temem ter sua imagem “contaminada” pelo estilo do programa:

Assim como algumas atrações com baixa audiência têm bom faturamento, há os bons ibopes que afugentam anunciantes. São as chamadas “audiências contaminadas”. Segundo o diretor de mídia da agência Lew, Lara, Luis Carlos Pereira, o conteúdo de alguns programas acaba espantando fortes anunciantes, que não querem ter sua marca associada a cenas de sexo, violência, sensacionalismo e escabrosidades em geral. O publicitário cita como exemplos o Programa Sérgio Mallandro, da Gazeta, o Cidade Alerta, da Record, e até o de Ratinho, que, apesar da queda de audiência, segue com o segundo lugar no horário. Para ele, mesmo que o mercado se esforce em provar o “distanciamento” que um break comercial pode ter de um programa, é difícil convencer o anunciante que atrações sensacionalistas não depreciam a imagem de seu produto. “Sei que o Ratinho é forte em faturamento, mas tenho certeza de que os intervalos do programa têm uma ocupação menor do que o das outras atrações”, diz Pereira. “O forte dele são os merchandisings mais popularescos”, continua. “O faturamento existe, mas poderia ser maior.” (*O Estado de São Paulo*, 10/09/2000)

Ao que parece o sucesso do SBT está justamente em investir na diferenciação de sua imagem enquanto emissora “popular”, emissora feita para as “pessoas simples”, o que não quer dizer que de fato apenas as classes de menor renda assistam à sua programação. Algumas falas afirmam a eficácia desse expediente junto a um segmento particular dos anunciantes:

“Meu cenário é o mais feio de todos e os equipamentos são os piores do SBT”, diz Ratinho. “Mas cada inserção custa R\$ 68 mil: é o testemunhal mais caro da TV, mas é o que dá mais retorno”. (*O Estado de São Paulo*, 22/08/1999)

Segundo o diretor de Programação do SBT, Eduardo Lafon o segredo do faturamento de Ratinho está no espaço de merchandising que o programa dá a pequenos anunciantes. “São tônicos capilares, remédios para emagrecer, coisas do tipo – os pequenos se matam por 30 segundos no Ratinho”, diz Lafon. (*O Estado de São Paulo*, 10/09/2000)

Há uma diferença entre dizer que as emissoras buscam um público diferenciado, ou seja, que a Globo procura atrair as classes A e B, enquanto o SBT busca um público mais popular, e afirmar que essas emissoras buscam construir uma *imagem diferenciada*. Na verdade essas emissoras acabam atraindo públicos muito parecidos, ou até mesmo invertidos, como mostraram algumas pesquisas citadas no início do capítulo 3. Portanto, a idéia de que o tipo de público que esta ou aquela emissora atrai é o que define sua posição no campo televisivo, seu maior ou menor prestígio, não se sustenta. É preciso compreender a demanda diferenciada dos anunciantes para compreender o processo de diferenciação que ocorreu no campo televisivo brasileiro.

Não obstante, uma série de mudanças provocou a diminuição da eficácia dessa distinção que a Rede Globo preserva até hoje, tornando a concorrência entre as emissoras um pouco mais acirrada.

O universo televisivo no Brasil se configura pela supremacia da Rede Globo, que monopoliza os índices de audiência, figurando como a emissora mais importante em termos de prestígio e poder financeiro. A Globo, em 1999, detinha 40% da audiência nacional e 55% dos investimentos publicitários na televisão. O segundo lugar era ocupado pelo SBT, com 18% da audiência e 20% do bolo publicitário⁷². Apesar de ainda manter uma posição privilegiada, a Globo já não consegue manter a liderança nos índices de audiência em determinados dias e horários. Isso vem mudando algumas de suas estratégias, obrigando-a a investir em uma programação mais assemelhada à de suas concorrentes, em vez de apostar como sempre fez na distinção.

Em 1998, foi implementada pelo governo federal uma política de ajuste fiscal que acarretou a redução dos investimentos publicitários, com isso o faturamento da televisão com publicidade diminuiu cerca de 13% em 1999. Esse fato gerou dificuldades financeiras para diversas emissoras, inclusive para a Rede Globo. Ao mesmo tempo, nesse período houve uma expansão do número de domicílios com televisores entre as classes com menor poder de consumo. Os domicílios com televisores aumentaram de 75% para 84%, no período de 1993 a 1996:

Foram vendidos cerca de 28 milhões de aparelhos, calculando-se que cerca de 6 milhões foram comprados por famílias que estavam adquirindo o primeiro televisor, todas elas integrantes das camadas mais baixas da sociedade, contribuindo para o surgimento de um contingente de aproximadamente 24 milhões de novos telespectadores que representam cerca de 20% do antigo total da audiência.” (Mattos, 2000, p. 102)

Também nesse período, a TV a cabo expandiu seu domínio entre as classes com maior poder aquisitivo. Em 2001, 9% dos domicílios brasileiros equipados com televisores já possuíam assinatura de TV paga.

⁷² Dados divulgados pelo Ibope Monitor em 1999, cf. Mattos, 2000.

Este trabalho não apresenta dados para aferir o quanto essas mudanças alteraram a concepção sobre a audiência da TV aberta, mas pode-se arriscar que esta deixou de ser vista como o veículo mais adequado para se construir uma imagem associada ao estilo de vida das classes mais ricas, pesa sobre ela cada vez mais a imagem de um veículo “popular”. Dessa forma, deixou de ser interessante apostar na diferenciação como forma de atrair os anunciantes, tornando-se mais importante manter os índices de audiência em um nível elevado. Hoje, pode-se observar que existe a tendência das emissoras a produzirem uma programação mais homogênea entre si, o que amplificou o debate em torno da qualidade da televisão.

Em diversas falas de profissionais da televisão podemos notar que o critério de “qualidade” do programa, ou o seu prestígio, apesar de ser colocado como fundamental na definição do preço, não oferece garantia quanto à permanência do programa. Ou seja, no final a decisão é sempre tomada em função da audiência. Esse critério parece ser o que assume maior peso no momento de decisão sobre a programação.

Para o superintendente-comercial da Globo, Octávio Florisbal, a “pequena” dificuldade em audiência do Domingão não incomoda os anunciantes, “por enquanto”. Segundo ele, o faturamento do programa estaria mais ligado ao prestígio e à qualidade do que ao universo de audiência. “Mesmo enfrentando dificuldades em São Paulo, o programa continua líder nacional no horário e mantém-se entre as maiores receitas da Globo”, diz ele. Ainda assim, a luz vermelha está acesa para o Domingão. Florisbal diz que, quando uma atração entra em queda de ibope, o efeito na emissora é a queda de seus preços. Só então um programa mal de público vira a bola sete. “Ainda não é o caso do Faustão.” (*O Estado de São Paulo*, 10/09/2000)

Um programa como o *Programa do Ratinho*, mesmo não possuindo prestígio algum entre os anunciantes, garante sua permanência na televisão pela capacidade de alavancar a audiência da emissora:

“Um programa de TV se torna importante por três fatores: audiência, prestígio e lucro. Prestígio e lucro não são os pontos fortes do Ratinho, mas sua audiência é muito boa e ajuda a levantar o ibope dos programas próximos ao dele. Ele aumenta o lucro de outros programas.” (Eduardo Lafon, diretor de programação do SBT, in: *O Estado de São Paulo*, 7/11/1998)

Ratinho, com médias de até 20 pontos para o SBT, não atrai anunciantes, mas transfere ibope a programas mais rentáveis, como o Hebe. “Ratinho fez o Hebe pular dos 10 para os 20 pontos, e os anunciantes passaram a faturar o dobro”, diz Barbará. (*O Estado de São Paulo*, 04/04/99)

A contratação de Ratinho foi decidida a partir de contas feitas por Silvio Santos. Era preciso recuperar os índices do Ibope _o que já teria começado a acontecer: a audiência média da emissora no horário nobre teria passado de 11 pontos para 15 pontos. Vários publicitários e anunciantes perguntaram se a contratação de Ratinho vai realmente ajudar na receita publicitária, já que muitas empresas receiam associar seu produto a programas extremamente populares. Silvio Santos disse não ter dúvidas disso. (*Folha de São Paulo*, 30/09/98)

Não é a audiência indiscriminada que interessa às emissoras. O prestígio do programa, ou sua “qualidade”, é ponto importante na escolha e determinação do valor dos espaços publicitários. Contudo, o índice de audiência é a pedra de toque nas decisões do que vai para o ar e do que sai, é o que legitima a existência dos programas, sobrepujando o critério de faturamento e prestígio. A fala de Ratinho alerta para o poder do índice de audiência:

Vou colocar agora toda a minha modéstia de lado. Enquanto eu estava na CNT, começaram a ouvir falar da emissora, ela passou a incomodar. Fui para a Record, e ela ameaçou o SBT. Vim para o SBT, e ele ameaçou a Globo. Então, eu tenho algum valor. Pode pegar os números. Antes de mim, nunca o SBT conseguiu dar 16 pontos no Ibope competindo com novela. Algum valor eu tenho, agora não sei se o Silvio vai me mandar embora... é possível, talvez, já que meu salário é muito alto. (*Folha de São Paulo*, 27/08/2000)

Os índices de audiência são reconhecidos como a instância de legitimação no universo televisivo, e foi assim que Ratinho alcançou sua legitimidade enquanto profissional de sucesso ao conquistar um grande público telespectador.

A relação entre a produção cultural e a lógica do mercado é colocada por Bourdieu como fundamental para compreender qualquer bem produzido pela televisão. A contradição entre as condições econômicas e as condições sociais, que está posta para todos os universos de produção cultural, no caso da televisão, é levada ao limite. Esse meio conjuga as condições mais favoráveis para alcançar uma imensa parcela da às condições de subordinação à lógica comercial, que se traduz no “índice de audiência” e que pesa sobre este mais do que sobre qualquer outro meio. Longe de se caracterizar simplesmente pela imposição do mercado, a televisão só pode ser compreendida em termos dessa tensão. Tensão que está presente em todos âmbitos da atividade desenvolvida nas emissoras, desde as escolhas dos artistas até as decisões sobre a criação e permanência deste ou daquele programa. É essa tensão que fornece os limites e possibilidades de ação aos

produtores dos bens televisivos, que são tão pouco autônomos quanto os telespectadores. Bourdieu chama atenção para o fato de tanto uns como os outros serem vítimas de uma dinâmica perversa. Em suas palavras:

A televisão é um universo em que se tem a impressão de que os agentes sociais, tendo as aparências da importância, da liberdade, da autonomia, e mesmo por vezes uma aura extraordinária (basta ler os jornais de televisão), são marionetes de uma necessidade que é preciso descrever, de uma estrutura que é preciso tornar manifesta e trazer à luz. (Bourdieu, 1997)

O departamento de pesquisa e marketing tem hoje uma posição central nas grandes emissoras, atuando junto aos escritores de novelas, direcionando o enredo das histórias de acordo com as preferências do público, colhidas pelas pesquisas qualitativas, como uma forma de garantir o nível dos índices de audiência. Esther Hamburger em sua pesquisa sobre telenovelas, observa a existência de mecanismos interativos entre produtores e telespectadores que permitem um intercâmbio constante, que fazem com que enquanto alguns capítulos estão sendo transmitidos, os próximos estejam sendo escritos já com base na reação dos telespectadores. Pode também ocorrer de as novelas serem encurtadas por não estarem agradando ao público, ou ao contrário, terem sua duração ampliada, prolongando a trama em vários capítulos (Hamburger, 1999). Isso é confirmado pelo relato de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, antigo vice-presidente da coordenação estratégica da TV Globo:

Tem uma antiteoria do Nelson Rodrigues. Pedi a ele, quando estava na TV Rio, que escrevesse uma novela, e o Nelson Rodrigues disse: "Eu não posso escrever uma novela, porque quando escrevo alguma coisa eu termino o meu produto, eu conto tudo, e a novela não é assim". Ele disse: "A novela é aquilo que o espectador escreve entre o final do último capítulo que ele viu e o capítulo que verá no dia seguinte. Uma novela não dura meia, dura 24 horas. O espectador se envolve naquilo de tal maneira que ele é co-autor". O Nelson foi um fracasso nas novelas que escreveu para a TV Rio, "A Morta no Espelho" e "O Homem Proibido". Mas essa antiteoria nos levou a usar pesquisas de motivação e perfil de audiência para saber como o público estava escrevendo a novela. (*Folha de São Paulo*, 16/09/2000)

A mentalidade comercial, que tem como lastro a audiência, exerce o papel de árbitro nas escolhas feitas no interior da televisão, o que se traduz em ausências e presenças de determinados conteúdos e formatos de programas. Em todas as falas dos profissionais da televisão, a busca pela audiência vem sempre em primeiro

plano, depois as outras motivações, pessoais, políticas ou ideológicas. Essa censura se realiza concretamente, são inúmeros os programas que são retirados do ar, sem aviso prévio, por não corresponderem à expectativa do departamento comercial. Há outros que sequer vão ao ar, por não apresentarem um resultado satisfatório nas pesquisas de sondagem.

Os espectadores do SBT não têm outra opção: terão de se acostumar às constantes mudanças na programação da rede. Silvio Santos, dono da emissora, acredita que acabar com os programas que tenham baixa audiência é o caminho para evitar que o SBT tenha o mesmo destino das TVs Tupi e Excelsior, que faliram. A confirmação de que essa é mesmo a estratégia do SBT, apesar de protestos de espectadores e anunciantes, foi feita, anteontem, pelo próprio Silvio Santos. Os programas que não alcançarem uma audiência de 10 ou 11 pontos correm risco de acabar ou de serem trocados de horário. Esse princípio explica por que o SBT já colocou no ar apenas o segundo tempo de jogos de futebol da Copa Mercosul ou cancelou intervalos comerciais quando a audiência estava particularmente alta. (*Folha de São Paulo*, 30/09/98)

Atualmente, existem instrumentos capazes de verificar o índice de audiência a cada minuto, o chamado “peoplemeter”, permitindo aos apresentadores dos programas ao vivo manipular a duração de cada quadro em função de sua variação. Esse recurso foi utilizado por Ratinho inúmeras vezes, quando o tema que estava sendo tratado no programa angariava “pontos no ibope”, ele anunciava abertamente os números e dizia que iria prolongar o tratamento do tema. Essa prática, utilizada por vários outros apresentadores, foi proibida mediante uma decisão judicial, por acreditar-se que esses dados poderiam iludir o telespectador, uma vez que a flutuação da audiência é um fenômeno comum, e a divulgação desses dados serviria mais para obscurecer do que para esclarecer o telespectador.

Com a mudança na concorrência entre as emissoras, o índice de audiência tem-se tornado cada vez mais a finalidade última da atividade televisiva. O princípio de seleção e elaboração do que deve ir ao ar está pautado por esta exigência: os índices de audiência. Situações corriqueiras no âmbito do trabalho na televisão, ilustram essa dinâmica, como a “clonagem” que se pratica entre as emissoras de televisão, tão logo um programa faça sucesso. Quando isso ocorre, o formato do programa ou quadro é logo copiado pelas emissoras concorrentes⁷³. E

⁷³ Como foi o caso do quadro sobre teste de paternidade, que começou a ser exibido em diversos programas, ou o quadro no qual artistas são convidados a dar nota ou “tirar o chapéu” para outras personalidades.

o sucesso não se refere à crítica ou a outro critério, o sucesso é medido pelo nível dos índices de audiência que consiga alcançar. Ratinho se mostra afinado com essa concepção:

Não quero que venham com esse papo de cultural pro meu lado. Sucesso para mim não é agradar a crítica; é ter milhões de espectadores." (Ratinho, sobre seu desejo de investir na produção de filmes para cinema; *Jornal da Tarde*, 10/02/2001)

Outra situação recorrente é a cobiça em torno dos artistas que alavancam o íbopo das emissoras, o que gerou uma prática de compra do “passe” do artista pelas emissoras, mesmo que muitas vezes seja somente para retirá-lo de circulação e mantê-lo longe dos concorrentes.

O *Programa do Ratinho* é exemplar, em ambos os casos. Iniciou sua atividade na televisão em 1997, na CNT, em um programa policial; logo chamou atenção de uma emissora maior, a Record, que o contratou para o horário nobre, com o programa *Ratinho Livre*. Sua audiência explodiu, proporcionando à emissora índices recordes. Em menos de um ano, foi convidado a ingressar no SBT, que pagou uma multa milionária pela rescisão do contrato com a Record, além do salário milionário que ofereceu ao apresentador, transformando-o em um dos artistas mais bem-pagos da televisão brasileira. Imediatamente à sua saída, a emissora Record colocou no ar um programa similar, comandado por um apresentador que declaradamente imitava seu predecessor, programa esse que também levava o nome do apresentador, *Leão Livre*. São inúmeros os casos em que as emissoras copiam os programas de suas concorrentes, desde programas chamados “mundo cão”, que se valem de cenas chocantes para atrair audiência; programas infantis, com suas apresentadoras loiras; programas para o público adolescente, com quadros de mulheres semi-nuas; programas de auditório dominicais que se copiam mutuamente; até programas para donas de casa sobre culinária, moda e artesanato. Essa prática levou à uniformização dos programas exibidos pela televisão comercial aberta. Um quadro que vem se multiplicando em diversos programas, em virtude da elevada audiência que atrai, e que mostra bem essa dinâmica, é o teste de DNA, exibido atualmente por vários programas.

O fato de a Rede Globo ter aderido a essas práticas⁷⁴ revela a mudança na disputa entre as emissoras, ou seja, um acirramento na competição pelos índices de audiência e uma diminuição na busca pela distinção.

A Rede Globo acumulou um conjunto de poderes específicos que se expressa na sua capacidade de atrair uma extensa audiência, e que se efetiva na valorização de seu horário comercial, colocando-a em uma posição de hegemonia absoluta, segundo a qual não precisava competir diretamente com nenhuma outra emissora, salvo alguns casos isolados quando alguma novela de outra emissora abocanhava parte de sua audiência no horário nobre. A grande mudança que ocorreu ao longo da última década no universo televisivo foi sentida como a capacidade de emissoras menores influenciarem a programação da Rede Globo.

O fenômeno de audiência conquistado por *Ratinho*, ainda quando seu programa era transmitido pela Rede Record, foi um marco na mudança da estrutura da audiência. Essa mudança seguiu na direção da aproximação entre as emissoras no que se refere à programação, o que para muitos significou o “nivelamento por baixo” da qualidade dos programas, ou a influência das classes baixas na programação.

Ratinho, em diversas ocasiões, faz questão de lembrar que graças ao seu programa a “novela das oito” teve que mudar definitivamente seu horário para nove horas, o mesmo horário do *Programa do Ratinho*⁷⁵. Esse era o sinal de que a soberania global estava sendo abalada pelos concorrentes, os quais antes estavam em uma posição bem pouco favorável para disputar com a Globo, fosse em termos de audiência ou em relação à influência sobre sua programação.

⁷⁴ O programa de auditório dominical transmitido pela Rede Globo, *Domingão do Faustão*, gerou grande polêmica na imprensa ao incluir entre seus quadros o “Sushi erótico” e posteriormente “clonou” o “exame de DNA”, ambos considerados baixo nível pela imprensa. Essa emissora inseriu em sua programação um programa policial no qual são narrados e realizadas dramatizações de assassinatos e outros crimes. Contratou diversos apresentadores que garantiam bons índices de audiência para outras emissoras, tais como Ana Maria Braga, Serginho Groisman, Luciano Hulk e Jô Soares.

⁷⁵ Atualmente o programa é transmitido a partir das 21h30 devido a uma série de medidas judiciais para classificar os programas televisivos. A Diretoria de Classificação do Ministério da Justiça, em 1998, classificou o programa como impróprio para ser transmitido antes das 21h, e em 2000 uma nova portaria mudou os critérios de classificação, obrigando os programas a adequarem suas atrações à faixa de horário estabelecida, o que fez com que o Programa do Ratinho transferisse parte de sua emissão para depois das 22h. Cf. *O Estado de São Paulo*, “Programa do Ratinho vai mudar de horário”,

Nos últimos dois meses, *Ratinho Livre*, apresentado desde setembro do ano passado de segunda a sexta-feira, das 20h30 às 22 horas, vem derrubando sistematicamente a audiência da Globo e do SBT no índice medido pelo Ibope na Grande São Paulo (veja quadro ao lado). O sucesso é tanto que, de três semanas para cá, o programa passou a ter mais uma hora e meia de duração nas quintas-feiras. Em sua melhor marca, no dia 5 de março, *Ratinho* alcançou 36 pontos contra 10 da Globo, que no mesmo horário apresentava um especial sobre axé music no *Som Brasil*. Na semana passada, a Globo achou que era hora de reagir. Temerosa de que, na quinta-feira, o seriado *Plantão Médico* sucumbisse ao concorrente, pediu a Manoel Carlos, autor da novela das 8, que esticasse o capítulo daquele dia em 25 minutos. Além disso, atrasou o início do *Jornal Nacional* em dez minutos. Com esse recurso, evitou que parte do público trocasse de canal. Mesmo assim, por 45 minutos o programa de *Ratinho* bateu a Globo, com pico de 27 pontos contra 11. “Não vamos competir com o *Ratinho* criando um novo programa, seu estilo é completamente estranho à linha de programação da Globo”, diz um alto diretor da emissora carioca. (*Veja*, O *Ratinho* que ruge, 18/03/1998)

Esta, que era a grande “exportadora” de modelos, passou a copiar de suas concorrentes fórmulas que vinham conquistando grande parcela da audiência. Isso gerou uma grande comoção na imprensa, que via esse movimento como de decadência da televisão brasileira, por significar o apelo a fórmulas consideradas sensacionalistas e “popularescas” para atrair o público, e o abandono do padrão de ética até então professado pela emissora Globo.

Quando ouvimos algum profissional da Rede Globo reafirmando um modo de agir condizente com o padrão Globo, é sob a forma de um enunciado ético que o faz, por exemplo, ao declararem: “faremos programas populares sem baixar o nível de qualidade”, “todos os programas continuaram a respeitar o padrão de qualidade da Globo”, “aqui não exploramos o sensacionalismo, ou a miséria”. Não obstante, o que parece ser uma restrição ética, na verdade, é a restrição que a posição conquistada pela emissora impõe aos seus produtores e artistas. Essa restrição ética também foi utilizada como signo de distinção e uma ruptura nesse sentido poderia significar o fim da supremacia que a Rede Globo exerce no universo televisivo, uma vez que poderia perder seu prestígio junto ao público e junto aos anunciantes.

A concorrência no universo televisivo reflete-se nesse equilíbrio que se estabelece entre o poder de ação, ou de inovação, e as restrições impostas àqueles que trabalham nas emissoras. Para manter sua posição de superioridade simbólica e

financeira, a Globo tem que obedecer determinadas regras, tanto quanto ou mais que as outras emissoras que se localizam em posições menos privilegiadas. A ruptura desses limites impostos pela concorrência poderia levar a uma reordenação na configuração desse universo televisivo, onde esta emissora seria destituída de sua atual posição, podendo entrar em um processo de decadência.

Todo produto da televisão comercial é engendrado nessa tensão, entre a lógica comercial e os postulados éticos que podem variar de caso para caso. O *Programa do Ratinho* deve ser entendido dentro dessa tensão. São os índices de audiência que legitimam sua existência, bem como o *status* do apresentador como profissional “bem-sucedido”, mas é preciso buscar os valores que são mobilizados na produção do bem televisivo. A compreensão do Programa passa pela análise de seu conteúdo, ao mesmo tempo, pela descrição das condições que permitiram sua existência e permanência na vida social. O Programa não existe enquanto fato isolado ou devido ao acaso, é antes fruto de uma conjunção de fatores que limitam e condicionam sua existência.

Nesse sentido, ao iniciar suas atividades na televisão, Ratinho se viu com uma margem de ação muito maior, daí a possibilidade que teve de efetuar diversas rupturas tanto no que se refere aos códigos de conduta quanto aos códigos específicos do universo televisivo, e apostar em uma nova forma de distinção. Ao longo do tempo, ele também foi sendo engessado pelas restrições impostas tanto pela concorrência quanto por imposições externas, como por exemplo, do código legal, por meio dos inúmeros processos judiciais que teve que responder. Nesse sentido, as emissoras menores se sentem muito mais livres para arriscar, inovar na sua programação, descobrir novos talentos.

O nacional versus o moderno

Nesse contexto surgiu o *Programa do Ratinho* que tentou apostar em uma nova distinção. Com base nas velhas oposições, realizou uma novidade ao tentar transmutar o sentido do brega, do rústico, do improvisado, do espontâneo em autenticidade, em símbolo da nacionalidade, e construir o “outro”, o moderno e o sofisticado, como símbolo da falta de autenticidade. A novidade está em ter dissociado a imagem do “nacional” da imagem do “moderno”.

O *Programa do Ratinho* reacendeu o velho debate, restabeleceu a oposição entre a novela e o programa de auditório, ou entre os conceitos de alta qualidade, bom gosto e superioridade moral, e o baixo nível, mau-gosto, e desintegração moral. Ele se tornou, desde 1998, o principal adversário na disputa pela audiência no horário nobre com a Rede Globo.

Sou uma realidade na televisão brasileira. Boa ou ruim, sou uma realidade. O que a imprensa esquece é que o único programa que disputa com o melhor produto da Globo, a novela, é o meu. Gostaria de ver o programa do Gugu disputando com a novela às 8h da noite, o Show do Milhão disputando com a novela, qualquer programa disputando com a novela. É a coisa mais difícil do mundo. Olha que a Record, depois que eu saí de lá, já colocou 14 atrações e não faz ponto no Ibope. Porque aquele horário é difícil. O mesmo público que vê a novela vê o meu programa. Tanto que, no fim da novela, meu programa está em 16, 17 pontos. Depois que ela termina, depois de cinco minutos, minha audiência vai imediatamente para 25, 26. Então, não tem diferença do meu público para o público da Globo. (*Playboy*, julho, 2001)

O universo televisivo no Brasil se constitui em meio ao anseio de modernização, o qual se desdobrou em uma oposição entre “alta qualidade” e “baixa qualidade”, que ganhou força com as representações divulgadas durante a ditadura militar. Mais tarde essa mesma oposição foi absorvida pelos profissionais da TV e da publicidade, e incorporada nas diversas análises sobre a televisão. E, por fim, está presente, hoje, nos discursos que circulam na imprensa.

A argumentação desse trabalho vai no sentido de mostrar como essa oposição, que se traduziu em termos de alta qualidade e baixa qualidade, bom gosto e mau gosto, ou em outra dimensão, valores morais e degradação moral, ética e ganância, é apropriada pelo *Programa do Ratinho* e retraduzida em outros termos.

A oposição é colocada entre “povo” e “elite”, autenticidade e artificialismo, franqueza e hipocrisia, solidariedade e ganância, simplicidade e esnobismo. O que se percebe é a inversão do sistema de valores. O apresentador se assume como brega para debochar daqueles que se vêem como portadores do bom gosto e de uma superioridade moral. Mas por trás do deboche está auto-afirmando um padrão de moralidade e comportamento valorizado por ele mesmo, ao mesmo tempo que desqualifica aqueles pelos quais ele mesmo é desqualificado.

O *Programa do Ratinho* é o anti-padrão-Globo, nesse sentido, faz questão de enfatizar sua informalidade, seu anti-profissionalismo, expresso na concepção do programa e na postura do apresentador, no seu quadro de assessores e diretores, como é enfatizado pelas palavras do próprio apresentador em uma entrevista:

“E acho que o segredo [para o sucesso do programa] é esse: eles pegaram um programa que não é nada e deram para um apresentador que não sabe fazer porra nenhuma. Nosso diretor é engenheiro, nunca tinha feito televisão na vida, só assistia. (*Playboy*, julho, 2001)

“Eu não me encaixo no padrão global. Depois, eu sou o Mazzaropi da TV. Do jeito que sou, não posso entrar no time da Globo.” (*Folha de São Paulo*, 22/08/99)

“Não sei, não faço muito o perfil da Globo. Até pelo meu próprio temperamento, não aceito muito cacique. Lá eles iriam colocar uns três diretores dizendo que não pode fazer isso e aquilo, e eu já ficaria bravo. (*Folha de São Paulo*, 27/08/2000)

E por outro lado, a oposição também é colocada pelos representantes da Rede Globo:

“Não vamos competir com o Ratinho criando um novo programa, seu estilo é completamente estranho à linha de programação da Globo” (alto diretor da Rede Globo, *Veja*, 18/03/1998)

A imprensa e a Rede Globo são colocados como os principais opositores ao programa. É por meio delas que a “elite” se manifesta, ou seja, aqueles contra os quais o apresentador se dirige todas as noites. O apresentador sempre assume a posição de perseguido pela imprensa e pelo Poder Judiciário, e coloca a Rede Globo como representante da “elite”:

"Estão fazendo censura a minha audiência, só por ser alta (...) Isso acontece porque não sou da elite, sou um pé-rachado" (*O Estado de São Paulo*,

17/01/99)

Meu programa tem o espírito popular brasileiro. Vai à puta que pariu quem acha que meu programa é baixaria. É um programa popular, como era popular o Mazzaropi, o maior cineasta brasileiro, de que nenhum jornalista falou bem. Ele fazia um típico caipira que lutava contra os ricos. Criticam quem luta contra a elite. E os jornalistas imbecis vão atrás. Tem um monte de jornalista que mete o pau no Ratinho e puxa o saco do FHC. (entrevista para Istoé Gente, em 29/10/99)

Isso [processo judicial contra o Programa] não vai dar em nada, em b... nenhuma. Só vai dar barulho, vai tirar minha audiência de 20 pontos em cima da novela (das oito) da Globo. E a Globo vai continuar mandando no país. É isso que todo mundo quer, na verdade, que a Folha e a Globo continuem mandando no país. (*Folha de São Paulo*, 22/10/1998)

O problema é que eu não faço parte do time, do cast da sociedade paulistana. [Mais exaltado.] Se eu fosse filho de um Matarazzo, a história seria diferente, eu seria um herói. Mas como sou filho de pedreiro, aí tenho que brigar com a revista Veja, com a Folha de S.Paulo. O que eles tinham que falar de mim já falaram. Tudo é repeteco. Até porque enquanto eles falam para um milhão, eu falo para 20 milhões. Tô sempre em vantagem.(...) Reginaldo Rossi vem no meu programa, é brega. Vai no Luciano Huck, é cult. Brega é o que meia dúzia de safados que estão na imprensa querem que seja brega. (*Playboy*, julho, 2001)

Ratinho transfigurou uma disputa do campo televisivo em uma disputa social. Encena em seu programa uma disputa que se trava entre Globo e SBT, e que ele retraduz em uma disputa entre “elite” e “povo”, entre o chique e o brega, entre dominantes e dominados, enfim, entre vilões e vítimas, na qual ele é o herói.

Ele se vale do debate em torno da televisão e da disputa pela distinção social, transformando tudo em material para seu programa. Constrói uma representação sobre o espaço social onde se trava uma disputa entre grupos dominantes e grupos dominados.

Ratinho encena uma disputa, na qual por meio do deboche ele traça uma linha que separa os dominantes e os dominados, a “elite” e o “povo”, aqueles que sentem náusea e aqueles que riem. Os bens valorizados e escassos, dos quais grande parte da população está privada, uma parte ele despreza, outra ele oferece gratuitamente: a cultura, o conhecimento, a educação, o refinamento ele desvaloriza, ou seja, retira da condição de bens valiosos e desejados; a visibilidade, a identidade, os direitos são oferecidos como presentes, por uma ação generosa, devido ao seu “caráter humanitário” ou seu senso de justiça. Não são colocados enquanto bens pelos quais se deve lutar, são bens merecidos pelos quais se deve aguardar, até que uma força generosa e consciente, restabeleça a justiça, e a ordem

correta das coisas.

Nessa encenação ele inverte a escala de valores, coloca o “povo” como superior à “elite”, o que reforça o ressentimento pela quebra da reciprocidade devida, uma vez que o povo não obtém a recompensa merecida pela sua probidade moral, enquanto quem age com ganância, arrogância, egoísmo recebe a gratificação. E o Estado, que deveria ser o sujeito “neutro” capaz de distribuir as recompensas e punições, não cumpre sua função, se perde na corrupção e incompetência. Ratinho é um “quase-herói”, pois ele não vem restabelecer a ordem natural, sua ação é limitada, não é um salvador da pátria. É antes de tudo um palhaço cujo objetivo é divertir, mas também é um homem que tem essa “clareza sobre as coisas”, senso de justiça e solidariedade, e algum poder para minimizar os sofrimentos do povo.

Enfim, o apresentador encena essa disputa, construindo a si próprio como sujeito – que representa os “dominados” – que luta contra as forças dominadoras. Seu programa é o espaço onde se dá essa disputa, ou seja, o programa é colocado como parte do espaço público.

É criada a ilusão de que no programa se dá a disputa simbólica para definir a escala de valores sociais. Por isso é muito importante a idéia de que ali se fala a verdade, ali não há ficção, é um espaço onde o mundo real penetra, e o apresentador é uma pessoa real, que luta para afirmar sua identidade enquanto homem do povo, como um valor positivo.

Conclusão

A encenação do espaço público

É fundamental definir o que é tomado aqui como espaço público. Este é o lugar definido pela disputa social em torno da partilha do poder, que pode se traduzir na possibilidade de definir e alterar as regras do jogo social. Nesse sentido, disputa-se pelo prestígio, pela definição da hierarquia de valores, pela construção de novas identidades, pela definição da posição dos sujeitos sociais, enfim, disputa-se pela alteração e manutenção da configuração social.

É através do jogo de poder entre os sujeitos sociais que é definida a “realidade social”, ou seja, que se definem as identidades e os significados sociais compartilhados por uma coletividade. É nessa disputa que se define a escala de valores sociais, em outros termos, o que é sentido como superior e inferior, ou feio e bonito; é onde se constroem os anseios sociais, da mesma forma que os medos; é onde se define aquilo que provoca a vergonha e aquilo que dá dignidade ao homem; é nesse jogo que é assimilado o limite entre o riso e a repulsa. Enfim, é no espaço público que são construídas as crenças sociais.

Esse espaço público não está restrito a um meio, dilui-se em uma infinidade de formas, como nos movimentos sociais, na universidade pública, nas manifestações culturais, e, em alguns casos, até mesmo na televisão. Enfim, onde os diferentes sujeitos sociais vêem e são vistos, onde são construídas as

representações e auto-representações dos grupos sociais.

Não obstante, a visibilidade alcançada pelas pessoas que aparecem na televisão não garante a existência de um espaço público. A visibilidade fundadora do espaço público possui um outro caráter: é aquela que atribui ao sujeito uma aparência pública no sentido de uma aparência negociada entre os diversos sujeitos sociais, mediada pela posição que cada sujeito ocupa na configuração social.

O espaço público é o espaço da aparência, não deve ser confundido com o espaço da mera visibilidade, mas, sim, da auto-representação dos sujeitos, o espaço onde se constroem as identidades. E a identidade tem a ver com a representação do eu, que conjuga no mesmo movimento auto-representação e representação do outro, representação do “nós” e do “eles”. A identidade é a negociação entre a imagem que eu tenho de mim mesmo e a imagem que o outro tem de mim. A possibilidade de representação de cada sujeito é dada a partir das representações coletivas de sua época.

E, aqui, retomaremos Norbert Elias. Este autor observa em seus diversos estudos que em uma sociedade humana os grupos estabelecem uma relação de interdependência, na qual a construção de sua própria imagem, enquanto membro de um grupo, está estreitamente ligada à imagem do “outro”, da mesma forma que a auto-imagem e a auto-estima de um indivíduo estão ligadas ao que os outros membros do grupo pensam dele.

A crença construída e compartilhada de que determinados valores, comportamentos, gostos, sentimentos, atributos físicos, bens materiais são superiores a outros, é o fundamento para a diferenciação de poder que se estabelece entre os homens. Aqueles detentores dos preceitos considerados superiores são os que detêm o prestígio social, e conseqüentemente poder para atribuir valor a novos bens. Dessa forma algo que, hoje, é considerado ignóbil ou “brega” pode tornar-se *cult*, amanhã, e vice-versa. Essas crenças são reafirmadas e atualizadas através de uma complexa rede de interação por onde ocorre essa disputa.

Ainda seguindo Norbert Elias, um grupo que se apresenta em uma posição

mais privilegiada do que outros tende a agir a partir de uma “sociodinâmica da estigmatização”, ou seja, atribuir aos “outros” as características que julga ruins e inferiores, reafirmando simultaneamente seu alto valor. A própria sobrevivência da ordem social depende dessa dinâmica, e quanto mais estabelecido for o grupo dominante, ou seja, quanto mais bem- instalado nas posições que lhe outorgam poder, mais eficaz é a estigmatização que realiza sobre os *outsiders*, uma vez que terá condições favoráveis para exercer um domínio simbólico sobre o grupo estigmatizado, incutindo neste a consciência de sua própria indignidade em detrimento do reconhecimento da superioridade do “outro”.

A televisão não é um lugar onde diferentes sujeitos constroem suas identidades e disputam, ao contrário, com sua lógica comercial, condiciona a ação dos sujeitos, equaliza seus interesses a partir de um interesse que se sobrepõe a todos. Há um conjunto de procedimentos e preceitos que mediam a construção das representações nesse espaço e que leva à construção e reprodução de estereótipos. Este trabalho procurou observar que a televisão não pode ser confundida com o espaço público, apesar de atuar nele, pois ela possui regras próprias de funcionamento que não permitem a auto-representação dos sujeitos. As representações veiculadas pela televisão passam por um processo de produção na qual as diversas representações sociais, gestadas a partir da pluralidade de identidades e conflitos, são transfiguradas em moldes específicos, generalizadas, congeladas e simplificadas.

À luz dessas reflexões, este estudo traz uma questão central para se pensar as relações de poder na sociedade brasileira. A dinâmica descrita do *Programa do Ratinho* mostra uma particularidade, ali se encena uma disputa simbólica na qual aquele que reconhece sua posição inferior dentro do espectro de valores de determinado grupo, em vez de introjetar o sentimento de inferioridade, atua no sentido de inverter o jogo, desqualificando o outro e afirmando seu valor. Elias observa que alguém considerado *outsider* não tem como envergonhar os membros de um grupo estabelecido. Ratinho é considerado *outsider* por determinado grupo

intelectualizado, e ao mesmo tempo se sente *outsider* em relação a esse grupo, entretanto, não aceita sua posição e pelo deboche nega sua inferioridade, ao provocar o riso, mas também o incômodo. O riso e o incômodo são as formas de atingir um grupo que estaria fora do alcance de sua estigmatização.

Apenas com este estudo não se pode tirar conclusões sobre a influência de sua encenação na vida social, ou seja, a eficácia da estigmatização que pratica no programa, mas pode-se perceber que há uma fragmentação do processo de dominação simbólica, uma vez que permite a aparição de um tipo de expressão que, apesar de representar comportamentos desprezados por um grupo detentor de prestígio, se apropria dos bens simbólicos valorizados, neste caso a autenticidade e a identidade nacional.

Mesmo carregando os estigmas de ignorante e brega, Ratinho consegue amealhar para si qualidades valorizadas socialmente, e dessa forma encenar uma disputa na qual constrói uma identidade enquanto membro de um grupo indefinido, “povo”, purificando essa noção ao lançar sobre os “outros” os estigmas de anomia e desintegração moral, ou de inautenticidade e hipocrisia. Isso só pode ser compreendido ao levarmos em conta a posição da televisão na sociedade bem como sua dinâmica interna, que permitiu que Ratinho conquistasse prestígio profissional e poder financeiro.

Uma certa concepção de nacionalismo cultivado no Brasil tem um papel fundamental nesse processo, pois se constituiu a partir das expressões culturais do “povo” e não da “elite”, o que contribuiu para um sentimento de orgulho que se espalhou por todos os segmentos sociais, não podendo ser apropriado pelos grupos que detêm o poder econômico ou político do país. Dessa forma, mesmo os grupos mais despossuídos, em termos materiais e simbólicos, podem reivindicar a posse de um bem valioso, a cultura brasileira, ou seja, verem a si próprios como portadores de uma identidade positiva. Esse fato compensaria o que Elias observou como sendo a vivência afetiva de um sentimento de inferioridade humana por aqueles que são relegados a uma inferioridade de poder. Alba Zaluar observou essa mesma dinâmica de compensação entre os moradores de uma favela no Rio de

Janeiro, a partir da atividade carnavalesca.

Não se pode menosprezar o fato de Ratinho optar por uma estratégia particular para conquistar os altos índices de audiência: em vez de tentar construir uma imagem que se ajustasse aos preceitos mais valorizados em nossa sociedade, optou por construir uma imagem que provoca aversão em muitas pessoas e reproduz o estigma da “baixaria” – apesar de negar esse estigma, como vimos ao longo do trabalho.

O *Programa do Ratinho* simula e dissimula o espaço público. É um sujeito que disputa no espaço público, mas se apresenta como o local de produção de representações sociais, local onde os sujeitos constroem suas identidades, onde ganham uma aparência, uma visibilidade, ou seja, tornam-se reais. O programa constrói, sim, uma determinada aparência, mas que não é produzida coletivamente e, sim, através de um modo específico, o modo televisivo, que encena exaustivamente a uma representação unívoca sobre a realidade, sobre a pobreza, sobre os grupos sociais. Ao criar a idéia de que seu programa é parte desse espaço público, nega que o programa responde a uma lógica específica, a lógica televisiva.

Nesse sentido, não é apenas pelas escabrosidades mostradas que Ratinho consegue atingir um alto índice de audiência no horário mais difícil da televisão; não é porque as classes baixas se espelhem na “baixaria”; não é porque o “povo” seja ignorante; não é porque os pobres não tenham discernimento; não é, enfim, porque o brasileiro seja atrasado.

O ideário do regime militar ajuda a compreender o programa, pois realizou a condensação de um modo de pensar que estava disperso na sociedade da época, e que se reflete hoje no debate em torno da televisão e do programa. O governo ditatorial encobriu o fato de que as representações e crenças sociais são definidas segundo uma disputa social, transformou uma certa imagem da Nação e determinados anseios em atributos essenciais do espírito brasileiro, como se tais fossem dados da realidade e não construções sociais. Nesse sentido, a dimensão autoritária está presente tanto no discurso de Ratinho quanto nos artigos publicados nos jornais. No primeiro, ao se colocar como expressão “autêntica” do

“povo brasileiro”, nos segundos, por terem uma concepção essencialista sobre os valores éticos e morais.

É um grande erro descrever o regime militar autoritário apenas a partir de sua face repressiva, deixando encoberto e esquecido o seu lado “nacionalista”, “modernizador”, “progressista”, “defensor dos mais altos valores universais da civilização e da cultura brasileira”. Pois, é neste último que o autoritarismo se manifesta de forma mais perniciosa.

O perigo está em tornar os valores fundadores de nossa formação, enquanto homens civilizados, em valores absolutos, pois, perdendo a capacidade de relativizá-los, perdemos a capacidade de diálogo e disputa com o outro, restando apenas como forma de sobrevivência suprimi-los, seja pelo desprezo e isolamento, seja pela destruição.

Quando assistimos ao *Programa do Ratinho* ou lemos as palavras do apresentador na imprensa, torna-se clara a idéia de um dissenso. O que parece óbvio para aqueles que expressam seu mal-estar diante do programa, a saber, que a delicadeza, o refinamento, a educação, o conhecimento, são os valores mais altos da nossa sociedade; é contestado no programa. Estamos muito longe do consenso desejado por esse grupo intelectualizado. O que não está expresso em seu discurso é que tal consenso só pode existir enquanto construção social, com base em um processo de dominação simbólica. O programa alerta para a existência de uma disputa para definir a escala de valores, e coloca em evidência a fragmentação do processo de dominação, que deveria instituir o consenso em torno do que é superior e inferior, e mais do que isso, introjetar a vergonha, ou o sentimento de indignidade naqueles que não estão de acordo com a norma que define o comportamento superior. O horror que esse programa provoca advém do medo de que esses valores e comportamentos contrários aos seus próprios, que agredem sua sensibilidade, prevaleçam e difundam-se pela sociedade. É a televisão que aparece como instrumento capaz de realizar essa inversão.

A televisão sempre foi amada e temida devido à crença em sua capacidade de influenciar comportamentos e exercer uma dominação simbólica. Enquanto corresponde a um ideal cultivado pelos grupos dominantes, ela não apresenta risco,

contudo, quando parece agir contra esse ideal, torna-se um perigo para a sociedade. A causa para tanta angústia é exatamente porque a televisão não tem correspondido ao papel de agente da civilização, ao contrário, abre cada vez mais espaço para manifestações que agridem esses ideais. Isso porque a produção televisiva responde a uma tensão própria de sua natureza de produtora de bens culturais subjugada à lógica do capital.

O poder concedido a Ratinho pela televisão, que se traduz na possibilidade de difusão em larga escala de representações e crenças acerca do mundo social contrárias ao que é estabelecido como superior e almejado por grupos “intelectualizados”, é a razão do incômodo que provoca. O grande problema surge quando esse poder é confundido com uma outra coisa que é a capacidade de manipulação. Como se o grande perigo desse e de outros programas transmitidos pela televisão fosse sua capacidade de manipular as mentes de uma massa disforme, ou seja, fazerem existir idéias independentes da experiência social de cada um. Enfim, o equívoco ocorre quando se responsabiliza um programa ou uma pessoa por criar disposições na população para a barbárie social. Na verdade, um programa ou uma pessoa só consegue atrair um grande número de prosélitos quando já existe neles uma predisposição psíquica e emocional constituída pelas condições sociais e que é, então, desencadeada por tal discurso. Destarte, é inócua a estratégia de coibir a transmissão do programa, como se ele fosse o responsável pela disseminação de idéias, pois ele é antes uma expressão dessas idéias.

O poder que alcançou através da mídia capacitou esse comunicador a aparecer como expoente de um grupo destituído do capital simbólico e material fundamental para a entrada no jogo social, o qual define não só a posição na escala de valor, mas o próprio sistema de valores, que é compartilhado por todos em uma dada sociedade, e que confere ao sujeito as percepções a partir das quais avalia a si próprio e aos outros. Em um jogo em que se está destituído das qualificações necessárias para acumular mais valor, ou seja, está anulada a chance de classificação social, a única possibilidade, além da destruição do próprio jogo, é a inversão de valores. Ratinho encena essa possibilidade, procura atribuir às suas próprias qualificações, negativas na atual configuração, um valor positivo.

Este trabalho empreendeu um esforço no sentido de compreender esse programa como uma manifestação do mundo social no qual está inserido, e não como uma anomalia social, uma excrescência ou uma obra do acaso. O que se está discutindo são as condições que fomentam determinadas formas de expressão de uma experiência social de pessoas que se sentem injustiçadas e desprezadas, e por outro lado de pessoas que se sentem imersas em uma sociedade caótica e desorganizada, onde impera a criminalidade, a imoralidade e a miséria.

É importante ressaltar que a hipótese colocada aqui é que o programa traz uma característica particular, que não se esgota no mostrar o “mundo cão”, nem no rompimento das fronteiras entre vida íntima e visibilidade, ou ficção e realidade; nem no discurso que opõe o “povo” à elite. Essas dimensões estão todas presentes no programa, mas sua peculiaridade está em outro lugar. Está na encenação que realiza do espaço público, na qual se coloca como sujeito que busca alterar a escala de valores sociais. Está no modo como encarna uma série de representações, conflitos e disputas presentes no universo social, dando feição a anseios, medos, repulsa e ressentimento, difusos entre os grupos sociais, valendo-se do deboche, da indignação, do assistencialismo.

O programa não nos revela a identidade de um determinado grupo, não representa as “classes baixas” como pode parecer num primeiro momento. Encena, sim, uma dinâmica social em que se busca a auto-afirmação pela desqualificação do outro. O *Programa do Ratinho* nos fala sobre o Brasil à medida que traz à luz sentimentos latentes de ressentimento e repulsa que estão na base dos mecanismos de reprodução de uma ordem social marcada pela distância e isolamento sócio-cultural de uma grande parcela da população.

O discurso da identidade nacional encarnada na noção de “povo” nega a palavra àquele do qual se fala. Se isso é mais evidente quando provém de um regime ditatorial, não está menos presente nos discursos difusos hoje pela sociedade. E Ratinho não foge disso ao construir uma representação fixa e homogênea do “povo” e ao se colocar como seu porta-voz, pois dessa forma é ele que fala em seu lugar, reproduzindo uma imagem acabada, fechada, não deixando espaço para a pluralidade, para as diferenças e conflitos que permeiam essa

dimensão da sociedade. O conflito é reduzido à oposição entre “povo” e “elite”, e se congela, não havendo a possibilidade de que se estabeleça uma verdadeira disputa. Ele apenas encena essa disputa. O discurso do nacional-popular obnubila as diferenças e destrói a possibilidade de construção de identidades diferenciadas, e portanto do conflito e disputa social.

O “povo” aparece como a vítima explorada, e ao mesmo tempo com força incorruptível, portadora da nacionalidade. É reproduzida a imagem de um grupo homogêneo e sem autonomia, que não se constitui enquanto sujeito, e que permanece enquanto mero telespectador da disputa que se trava entre o “mocinho” e os “bandidos”.

Este estudo leva a concluir que esse programa, longe de romper com a reprodução de uma ordem, contribui para a perpetuação de inúmeros preconceitos sociais, dentre os quais aquele que representa o “povo” como sujeito passivo, incompetente para reivindicar seus direitos e lugar na competição pela classificação social. Reafirma a imagem desse grupo como vítima do processo histórico, vítima da ganância dos “ricos”, vítima da incompetência e corrupção do Estado. Reproduz simbolicamente uma certa disposição que orienta a omissão em vez da ação dos sujeitos sociais.

Saber o poder de influência que esse programa possui é tema para outra pesquisa.

Anexo 1

Os quadros abaixo apresentam a estrutura de dois programas exibidos com mais de dois anos de intervalo, não devem ser tomados como modelo pois, como já foi observado, há uma variação muito grande quanto ao tipo de atrações, o número e ordem dos quadros e duração de cada bloco.

Programa A*

hora	quadro	descrição
21:05	Abertura	Um cassete bate sobre uma placa com o nome do programa, a qual se quebra e passa a emitir raios de eletricidade.
21:06	“Prestação de Contas”	Mulher obesa volta ao programa para exibir seu novo visual, 40kg mais magra, depois de um “spa” pago pelo programa.
21:14	Anúncio publicitário	O apresentador, Ratinho, anuncia uma marca de cosméticos para cabelos, Viena Hair.
21:15	“Artistas Populares”	Lutador de artes marciais quebra com a parte inferior da perna um cabo de machado. Anuncia que irá quebrar três barras de gelo com a cabeça, mas é interrompido por Ratinho que verifica a não veracidade da apresentação.
21:18		Nesse quadro o apresentador se justifica a respeito de um episódio, exibido no dia anterior, em que um chimpanzé adestrado inusitadamente defeca no meio do palco em frente às câmeras. Revela que recebeu um bilhete de recriminação do próprio Silvio Santos (dono da emissora), por mostrar cenas de baixo nível. De com cinismo, reprisa a cena inúmeras vezes para que todos “vejam” que ele não tivera culpa, uma vez que o programa é transmitido ao vivo e ele fora surpreendido como todas as outras pessoas.
21:26	Intervalo comercial	
21:31	“Calouros”	Cantores amadores se apresentam e se forem aprovados pela platéia, recebem uma quantia em dinheiro.
21:35	“Artistas Populares”	Apresentação de um contador de piadas, Patolé.

* Exibido em 26/08/2000.

21:39	Anúncio publicitário	Ratinho anuncia a loja de móveis Kolumbus.
21:40	Reportagem	São mostradas cenas sobre “A marcha em Brasília: basta de FHC”. Revela os bastidores da manifestação e quem são os manifestantes. O apresentador fecha a reportagem com um comentário sobre a importância política da passeata para pressionar os deputados.
21:50	“Reencontro”	Pessoas procurando parentes desaparecidos vão ao programa pedir ajuda ao Ratinho e exibir fotos dos desaparecidos.
21:54	Entrevista	Deputado vai falar sobre a privatização da Telemar, no Rio de Janeiro, e que deixou 60 mil aparelhos mudos. Ratinho convoca os prejudicados a fazerem ocorrência para pressionar o responsável.
21:57	“Que Nota Você Dá”	A atriz transexual, Rogéria, é convidada para dar “notas” de zero a dez para outras personalidades famosas.
22:09	“Baú da Felicidade”	É realizado o sorteio de prêmios pelo garoto propaganda do <i>Baú da Felicidade</i> .
22:11	Intervalo comercial	
22:16	Reportagem	Herbert de Souza, repórter do programa, mostra os bastidores da missa do Padre Marcelo Rossi.
22:20	Debate	É apresentada uma mulher que possui um dilema pessoal, o qual é debatido por dois convidados, um sociólogo e um jornalista, cujo tema é: “Conto ou não para meu marido moribundo que eu o trai?” O auditório também é convidado a dar sua opinião, enquanto os dois convidados exaltados trocam insultos.
22:36	Reportagem	O repórter Ney Inácio fala sobre a perfuração de poços de água no sertão nordestino, para resolver o problema da seca em uma cidade. Mostra cenas da cidade fantasma e entrevista seu único morador. Fala, ainda, sobre outros poços que já foram perfurados por iniciativa e verba do Programa do Ratinho.
22:46	Encerramento do programa	O apresentador anuncia a programação da emissora e se despede rapidamente com um “tchau”.

Programa B*

hora	Quadro	descrição
22:00	Abertura	Aparece Ratinho disparando um canhão que lança uma bola sobre uma placa com o nome do programa, que fica dependura, produzindo um rombo no papel de parede de fundo.
22:03	Anúncio publicitário	Marca “Café no Bule” que produz café, biscoitos etc.
22:05	Intervalo comercial	
22:09	Anúncio publicitário	Ração para cães “Foster”, distribuído pela Nutriara
22:11	Teste de DNA	São chamados, para o palco, as duas partes envolvidas na contenda, na qual uma mulher quer provar a paternidade de seu filho. É exibida uma dramatização que dura cerca de 5 minutos, narrando de forma escrachada a história em questão. Os dois envolvidos mais seus acompanhantes trocam insultos e se agredem fisicamente. A câmera acompanha a confusão até as coxias.
22:18		Uma voz, imitando o Presidente Lula, conversa com Ratinho sobre mudanças que deseja realizar no programa.
22:20	Intervalo comercial	
22:25	Inserção publicitária	Ratinho apresenta “Corega Tabs”, higienizador de dentaduras.
22:27	Reportagem	“Mais uma denúncia sobre troca de bebês: a terceira contra a mesma maternidade”. Exibe VT sobre dois outros casos, o primeiro mostrado no programa em janeiro de 1999, o segundo em agosto de 2001. E depois uma entrevista com uma família que fazia a terceira denúncia.
22:31	Prestação de serviço	É chamado para o palco o casal envolvido na reportagem, que vieram pedir um exame de DNA para provar que seu filho foi trocado na maternidade. O programa abriu um processo contra a maternidade, para ela esclarecer todos essas acusações.
22:35		Ratinho anuncia a segunda reportagem que será exibida apenas no final do programa.
22:36	Teste de DNA	São chamados para o palco os litigantes.
22:36		Ratinho faz uma interrupção para parabenizar os meios de comunicação pela imparcialidade e ética durante o processo eleitoral. Faz um longo discurso

* Programa exibido em 28/10/2002, o dia seguinte à eleição presidencial que elegeu o atual Presidente da República, Luis Inácio Lula da Silva.

		que dura 6 minutos, elogiando o novo Presidente da República e a democracia. (ver transcrição abaixo)
22:41	Teste de DNA	Retoma o assunto. Mulher pede um exame de DNA para saber se o ex-marido é o pai do bebê.
22:49	Anúncio publicitário	“Tele-sena”: título de capitalização
22:50	Reportagem	“Rapaz quer realizar cirurgia para mudar sua identidade sexual”. É exibido um VT sobre o rapaz. São realizadas entrevistas com pessoas que circulam na rua.
22:55	Prestação de serviço	O rapaz da reportagem é chamado ao palco, para pedir que o programa pague sua operação. Ratinho tenta convencê-lo a desistir. São feitas diversas sátiras sobre a situação.
23:12	Encerramento do programa	Anuncia a próxima atração e encerra o programa.

Discurso de Ratinho sobre as eleições de 2002:

“Vou aproveitar a audiência grande do programa. Parabéns aos meios de comunicação pela atuação nessas eleições (...) Parabéns ao processo democrático. Você que votou contra ou votou a favor... o Lula... nós temos um novo Presidente que fala igual a maioria do povo brasileiro. É um homem, um operário, que veio lá da roça, lá de Caetés, que antes se chamava Vargem Grande... Veio aqui, lutou... hoje é o maior líder da história contemporânea do Brasil. É o Seu Luís Inácio Lula da Silva. Eu não participei, não falei pra quem votei, mas eu acho que precisava se dar uma chance para um homem simples e humilde, como deram há muitos anos atrás a Abraham Lincoln, nos Estados Unidos, que era um lenhador. Deram oportunidade para ele e foi o maior presidente da história americana, e eu espero que o Lula também seja.

É preciso que o povo entenda. Muitas vezes um homem que não tem a cultura de um Fernando Henrique Cardoso, mas tem a sensibilidade de um Abraham Lincoln, pode dar muito melhor presidente. E essa grande oportunidade que a gente tem: se não for bem, trocar daqui a quatro anos. Tem que se dar uma oportunidade. Não existe hoje um político no Brasil que conheça mais o povo do que o Seu Luís Inácio Lula da Silva.”

(...)

“Porque o Lula tem a sensibilidade do povo. Porque é um homem que veio lá da roça, sofreu tudo o que um sertanejo pode sofrer, tudo o que um pau-de-arara pode sofrer. Ele sofreu tudo! Inclusive as perseguições. Corajoso! Enfrentou a ditadura militar sozinho! Depois se juntou aos metalúrgicos. Com pena de ir para um calabouço e nunca mais aparecer... com risco de ir para o calabouço.

Então, veja bem, eu acho que valeu a pena toda essa luta do Lula. Eu não participei de campanha de ninguém, eu fiquei quieto.

Estava na hora de um homem com a cara do povo entrar na Presidência da República, e aconteceu.”

Nesse momento ele faz uma pequena pausa quando é ouvido o bordão “Esse é o meu patrão!” e uma voz gritando “Ratinho!!!”.

“Eu não fiz campanha para ninguém, convidei ele para vir no meu programa, ele não veio. Eu podia até estar com raiva dele porque ele não quis vir no meu programa...Eu tô feliz com a eleição.”

Ironiza dizendo que faltou um pouco briga, “não teve baixaria, muito sem graça, muito certinho...”.

Logo em seguida retoma o tom sério, “depois diz que o povo não sabe votar. Votou certinho, dá a presidência para o Lula, e aqui em São Paulo dá para o outro partido, lá dá para uma mulher... O povo repartiu bem. Isso chama-se democracia. Parabéns ao povo brasileiro”.

Anexo 2

A amostragem de 11 programas gravados entre os meses de março e abril de 2002, mostram algumas características importantes do Programa. A amostra se divide em dois blocos: o primeiro com 6 programas gravados no período de 19/03/2002 a 11/04/2002, os quais foram escolhidos aleatoriamente com pequenos intervalos entre um e outro, com o único cuidado de cada programa corresponder a um dia da semana; o segundo bloco, com 5 programas, foi gravado do dia 15/04/2002 ao dia 19/04/2002, consecutivamente.

	data		início	intervalo comercial	término
P1	terça-feira	19/03/2002	21h55	22h03	22h40
P2	segunda-feira	25/03/2002	21h45	22h05	22h20
P3	quarta-feira	27/03/2002	21h55	22h23	22h40
P4	quarta-feira	03/04/2002	21h50	21h51	22h30
P5	sexta-feira	05/04/2002	21h50	22h00	22h33
P6	quinta-feira	11/04/2002	21h45	21h47	22h30
P7	segunda-feira	15/04/2002	21h55	22h10	22h35
P8	terça-feira	16/04/2002	22h00	22h04	22h45
P9	quarta-feira	17/04/2002	21h55	22h19	22h35
P10	quinta-feira	18/04/2002	22h00	22h10	22h40
P11	sexta-feira	19/04/2002	22h00	22h10	22h35

Pode-se observar que o número de intervalos comerciais foi apenas um a cada programa, sendo que o período compreendido entre a abertura do programa e o intervalo teve uma grande variação (de 1 a 28 minutos) a cada dia. A duração dos programas foi em média de 40 minutos. O quadro “Teste de DNA” apareceu apenas em três programas.

Visitas ao auditório do programa :

segunda-feira	31 de março de 2003
segunda-feira	12 de maio de 2003
quinta-feira	12 de junho de 2003

BIBLIOGRAFIA

ADORNO, Sérgio. "Violência, ficção e realidade" in SOUZA, Mauro Wilton de (org.), *Sujeito o Lado Oculto do Receptor*, São Paulo, Brasiliense, 1995.

ADORNO, T.W. e HORKHEIMER, M. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 1985.

ADORNO, Theodor W. "A indústria cultural", in COHN, Gabriel (org.), *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1971.

_____. *Prismas*. São Paulo, Editora Ática, 1998.

ALMEIDA, Gilberto. "Do conceito de esfera pública para a interpretação da cultura democrática", in *Textos de Cultura e Comunicação*, Salvador, julho/1996, nº 35, p. 28-48.

ALMEIDA, Heloisa Buarque de. "Na TV – pressupostos de gênero, classe e raça que estruturam a programação" in *O desafio da diferença*, www.desafio.ufba.br, Universidade Federal da Bahia, abril, 2000.

ANG, Ien. *Desesperately Seeking the audience*. London, New York, Routledge, 1991.

ARANTES, Antonio Augusto. *O que é cultura popular*. São Paulo, Brasiliense,

1982.

ARENDT, Hannah. *A Condição Humana*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, Salamandra; São Paulo, Edusp, 1981.

BATHES, Roland. *Mitologias*. São Paulo, Difusão Européia do Livro, 1975.

BENJAMIN, Walter. "A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica", *in Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. V. 1, São Paulo, Brasiliense, 1985.

BOSI, Ecléa. *Cultura de Massa e Cultura Popular. Leituras de Operárias*. Petrópolis, Vozes, 1986.

BOURDIEU, Pierre. "Esboço de uma teoria da prática", 1972, *in* ORTIZ, Renato (org.). *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo, Ática, 1983(a).

_____. "Alta costura e alta cultura", 1974, *in* BOURDIEU, Pierre. *Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro, Editora Marco Zero, 1983(b).

_____. "Gostos de classe e estilos de vida", 1976, *in* ORTIZ, Renato(org). *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo, Ática, 1983(c).

_____. *As Regras da Arte*. São Paulo, Cia das Letras, 1996.

_____. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar ED., 1997.

CASTRO, Maria Ceres. "Criações e criaturas. A reinvenção do mundo no discurso da mídia", *in Textos de Cultura e Comunicação*, Salvador, nº 28, 1992, p. 79-86.

CHAUÍ, Marilena. *Conformismo e Resistência: aspectos da cultura popular no Brasil*. São Paulo, Brasiliense, 1989.

_____. *O Nacional e o Popular na Cultura Brasileira: seminários*. São Paulo, Brasiliense, 1983.

COHN, Gabriel. *Sociologia da Comunicação*. São Paulo, Pioneira, 1973.

_____. *Crítica e Resignação, fundamentos da sociologia de Max Weber*. São Paulo, T. A. Queiroz, 1979 (a).

- _____. “A objetividade nas ciências sociais” in Gabriel Cohn (org.), **Max Weber**, Coleção Grande Cientistas Sociais, Editora Ática, São Paulo, 1979 (b).
- COSTA, Alcir Henrique da, e outros. ***Um País no Ar. História da TV Brasileira em 3 Canais***. São Paulo, Brasiliense, 1986.
- CUNHA, Euclides. ***Os Sertões***. São Paulo, Ateliê Editorial, Imprensa Oficial do Estado, Arquivo do Estado, 2001.
- ELIAS, Norbert. ***Os Alemães***. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1997.
- _____. ***Os Estabelecidos e os Outsiders***. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2000.
- _____. ***Mozart, Sociologia de um Gênio***. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1995.
- _____. ***O Processo Civilizador***. V.1, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1994.
- _____. ***A Sociedade de Corte***. Lisboa, Editorial Estampa, 1987.
- FAUSTO NETO, Antonio. “A deflagração do sentido. Estratégias de produção e de captura da recepção” in: SOUZA, Mauro Wilton (org.). ***Sujeito o Lado Oculto do Receptor***. São Paulo, Brasiliense, 1995.
- FOUCAULT, Michel. ***Vigiar e Punir: nascimento da prisão***. Petrópolis, Vozes, 1998.
- FREUD, Sigmund. “O ‘Estranho’” in ***Obras Completas de Sigmund Freud, Edição Standard Brasileira***, Rio de Janeiro, Imago Editora Ltda., 1976.
- _____. ***O Mal-Estar na Civilização***. Tradução de José Octávio de Aguiar Abreu. Rio de Janeiro, Imago Ed., 1997.
- GADINI, Sérgio Luiz. "Jornalismo, conhecimento e o problema da construção da realidade social", in ***Textos de Cultura e Comunicação***, Salvador, nº 28, 1992, p. 93-98.

GARCIA CANCLINI, Néstor. *Culturas Híbridas. Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade*. São Paulo, Edusp, 1997.

_____. *A Produção Simbólica*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1979.

HALBWACHS, Maurice. *Memória Coletiva*. São Paulo, Vértice, 1990.

HAMBURGER, Esther. *Politics and Intimacy in Brazilian Telenovelas*, Tese de Doutorado, Departamento de Antropologia, Universidade de Chicago, 1999.

_____. “Diluindo Fronteiras: A Televisão e as Novelas no Cotidiano” in: SCHWARCZ, Lilian Moritz. *História da Vida Privada no Brasil: Contrastes da Intimidade Contemporânea*, v. 4, São Paulo, Companhia das Letras, 1998, p. 439-487.

_____. “Política e intimidade: a reforma agrária em *O Rei do Gado*” in *Novos Estudos CEBRAP*, 57, julho/2000, p. 91-102.

HANSEN, Miriam. *Babel and Babylon: Spectatorship in American Silent Film*, Cambridge, Ma, Harvard University Press, 1991.

HOLANDA, Sérgio Buarque. *Raízes do Brasil*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.

JESUS, Carolina Maria de. *Quarto de Despejo. Diário de uma favelada*. Rio de Janeiro, Francisco Alves, 1983.

LEPENIES, Wolf. *As Três Culturas*. São Paulo, EDUSP, 1996.

LIMA, Venício de. “Os mídia e o cenário de representação da política” in: *Lua Nova. Revista de Cultura e Política*, nº 38, 1996, p. 239-271.

LOPES, Carlos Renato. “Identidades, Poderes e Saberes em um Programa Popular da Televisão Brasileira, uma abordagem discursiva”. Dissertação de Mestrado, Departamento de Língua Inglesa, FFLCH, Universidade de São Paulo, 2000.

LOPES, Maria Immacolata V. de. *O Rádio dos Pobres*. São Paulo, Loyola, 1988.

MARTINS, José de Souza (org.). *Vergonha e Decoro na Vida Cotidiana da Metrópole*. São Paulo, Editora Hucitec, 1999.

_____. *A Sociabilidade do Homem Simples: cotidiano e história na modernidade anômala*. São Paulo, Hucitec, 2000.

MARX, Karl & ENGELS, Frederic. *A Ideologia Alemã (Feuerbach)*. Tradução de José Carlos Bruni e Marco Aurélio Nogueira. São Paulo, Editora Hucitec, 1984.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. *História da Televisão Brasileira – uma visão econômica, social e política*. Petrópolis, Editora Vozes, 2002.

MATUCK, Artur. *O Potencial Dialógico da Televisão*. São Paulo, ANNABLUME: ECA/USP, 1995.

MICELI, Sérgio. *Imagens Negociadas. Retratos da elite brasileira*. São Paulo, Companhia das Letras, 1996.

_____. *A Noite da Madrinha*. São Paulo, Editora Perspectiva, 1972.

MIRA, Maria Celeste. *Circo Eletrônico. Silvio Santos e o SBT*. São Paulo, Edições Loyola e Editora Olho D'Água, s/d.

MIRANDA, Orlando. *Tio Patinhas e os Mitos da Comunicação*. São Paulo, Summus Editorial, 1978.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1987.

MORAES, Denis (org.). *Globalização, Mídia e Cultura Contemporânea*. Campo Grande, Letra Livre, 1997.

MORAIS, Fernando. *Chatô, o rei do Brasil*. São Paulo, Companhia das Letras, 1994.

OLIVEIRA, Francisco de. *Os direitos do antivalor*. Petrópolis, Vozes, 1998.

OLIVEIRA e PAOLI (orgs.), *Os sentidos da democracia: políticas do dissenso e hegemonia*. Petrópolis, Vozes, 1999.

ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira. Cultura Brasileira e Indústria Cultural*. São Paulo, Brasiliense, 1988.

_____. "A Escola de Frankfurt e a questão da cultura" in *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, nº 1, jun/1986 (ANPOCS)

_____. "A procura de uma sociologia da prática", 1978, in ORTIZ, Renato(org.). *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo, Ática, 1983.

PEREIRA, Carlos Alberto e MIRANDA, Ricardo. *Televisão. As imagens e os sons: no ar, o Brasil*. São Paulo, Brasiliense, 1983.

PORTO, Mauro Pereira. "As imagens e a expressão de valores políticos. Sugestões para a pesquisa sobre televisão", in *Textos de Cultura e Comunicação*, Salvador, dezembro/1997, nº 37/38, p. 167-186.

RINGER, Fritz K. *O Declínio dos Mandarins Alemães*. São Paulo, EDUSP, 2000.

RONDELLI, Maria Elizabeth. "Sociabilidade, Espaço Público e Comunicação", in Antonio Fausto Neto e Milton José Pinto(org.). *O Indivíduo e as Mídias*. Rio de Janeiro, Diadorim, 1996.

RUBIM, Antonio A. C. e AZEVEDO, Fernando A.. "Mídia e Política no Brasil" in: *Lua Nova. Revista de Cultura e Política*, nº 43, 1998, p. 189-216.

SCHORSKE, Carl. *Viena Fin-de-Siècle: política e cultura*. Campinas, Editora da Unicamp; São Paulo, Companhia das Letras, 1988.

SILVA, Vanderli Maria. "A construção da política cultural no regime militar: concepções, diretrizes e programas", Dissertação de mestrado, Departamento de Sociologia, FFLCH, Universidade de São Paulo, 2001.

SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala*. Petrópolis, Ed. Vozes, 1981.

_____. *Televisão e Psicanálise*. São Paulo, Editora Ática, 1987.

TELLES, Vera Silva. *Pobreza e Cidadania*. São Paulo, Editora 34, 2001.

_____. "Espaço público e espaço privado na constituição do

social”, in *Tempo Social*, São Paulo, V.2, nº 1, p.23-48, jan-jun/1990.

THOMPSON, E. P. *Witness Against the Beast. William Blake and the moral law*. Nova York, The New Press, 1993.

WAIZBORT, Leopoldo (org.). *Dossiê Norbert Elias*. São Paulo, EDUSP, 1999.

WEBER, Max. “A objetividade do conhecimento nas Ciências Sociais”, in Cohn, Gabriel (org.) *Weber*, Coleção Grandes Cientistas Sociais, São Paulo, Editora Ática, 1979.

_____. “Sociologia da religião (tipos de relações comunitárias religiosas)”, in *Economia e Sociedade, fundamentos da sociologia compreensiva*. Tradução de Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa; ver. téc. de Gabriel Cohn. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 2000.

_____. *Ciência e Política, duas vocações*. São Paulo, Cultrix, 4ª edição, s/d.

WHITE, Robert A.. “Recepção: a abordagem dos estudos culturais” in *Comunicação e Educação*, nº 12, mai/ago de 1998, São Paulo, Editora Moderna, USP, p. 57-76.

_____. “Tendências dos estudos de recepção” in *Comunicação e Educação*, nº 13, set/dez de 1998, São Paulo, Editora Moderna, USP, p. 41-66.

XAVIER, Ismail. “Melodrama, ou a sedução da moral negociada” in *Novos Estudos CEBRAP*, 57, julho/2000, p. 81-90.

ZALUAR, Alba. *A máquina e a revolta. As organizações populares e o significado da pobreza*. São Paulo, Editora Brasiliense, 1994.

*“Vede, senhores, a razão é uma coisa excelente;
isso é incontestável;
mas a razão é a razão,
e não satisfaz senão a faculdade de raciocínio do homem.
Que sabe a razão?
A razão não sabe senão o que aprendeu,
ao passo que a natureza humana age com todo o seu peso,
por assim dizer, com tudo o que ela contém em si,
consciente e inconscientemente;
acontece-lhe cometer disparates,
mas vive.”*

Dostoiévski