

# A Grande Família: as estratégias sociais da Rede Globo de Televisão na esfera da cidadania

Valério Cruz Brittos<sup>\*</sup>  
Jacqueline Lima Dourado<sup>\*\*</sup>  
Maria Helena Almeida de Oliveira<sup>\*\*\*</sup>

## Introdução

O artigo tem como eixo teórico a Economia Política da Comunicação (EPC), a partir de onde, em diálogo com outras contribuições, busca traçar os movimentos estratégicos da Rede Globo, na esfera da cidadania. Tem como escopo investigar de que modo as ações de marketing e *merchandising* sociais atuam na promoção da cidadania (direitos sociais, políticos e econômicos), basicamente estudando as estratégias determinadas de comunicação social presentes na minissérie *A Grande Família*. Isto é desenvolvido através da descrição e análise dessas ações, na forma em que são apresentadas pela emissora, como meio de interpelar o público a responder às mensagens propostas naquele espaço.

O percurso metodológico deste trabalho toma por base a noção contemporânea de cidadania, que, embora alicerçada em novos pilares, se constrói na luta, nas instituições que a compõem e que a representam, segundo interesses e pelejas. A Rede Globo desenvolve um conjunto de ações estratégicas, incluindo a que se reporta à temática da cidadania. No caso desta pesquisa, porém, essa referência se limita às representações sobre violência doméstica. Ao resgatar para si a cidadania, a Globo o faz considerando fatores como maior abertura de mercado, manutenção e ampliação de sua audiência, além do reconhecimento internacional, em virtude do interesse pelas questões da sociedade civil.

Com o objetivo de situar a pesquisa empírica, a construção do objeto de estudo e os procedimentos metodológicos, trabalhando a relação teoria e metodologia, é mister conceber o método para além de uma simples ferramenta, uma vez que nele estão condicionadas a dependência dos pressupostos teóricos e o predomínio das particularidades e dos modelos, ou das singularidades e das generalidades. Partindo desse pensamento, em consonância com a EPC, é que se elege o método materialista histórico dialético como quadro referencial desta

---

<sup>\*</sup> Professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Bolsista de produtividade do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

<sup>\*\*</sup> Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e professora da Universidade Federal do Piauí (UFPI).

<sup>\*\*\*</sup> Mestre em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Piauí (UFPI) e professora-coordenadora dos cursos de Jornalismo e Publicidade da Faculdade CEUT.

pesquisa, por contemplar a importância da capacidade de conceber o conhecimento a partir de interpretações ativas da realidade, construídas pela experiência social, única para cada indivíduo, e que produz o raciocínio lógico, necessário para a interpretação das regras próprias do ambiente pesquisado. Busca-se nos conteúdos dos programas globais as manchas de cidadania, a fim de estudá-las sob as premissas do materialismo histórico dialético, confrontando-as com a teoria revisada e os objetivos propostos.

### **Multiplicidade e disputa**

É preciso nortear o entendimento de como as relações sociais, retratadas e promovidas pelas indústrias culturais, atuam como forças de manutenção do *status quo*, num imbricamento renovável da mídia com os campos social, político, cultural e econômico. Desse modo, a apropriação do conceito de Economia Política, defendido por Mosco, é importante para entender como as relações de poder se estabelecem no jogo mercadológico, o qual não é visto como deslocado das questões que envolvem o tecido social e estatal; além disso, é importante compreender de que modo essas dinâmicas trabalham o trânsito de recursos, inclusive os recursos de comunicação, nos espaços de produção, distribuição e consumo.<sup>1</sup>

A Economia Política foi a base para o desenvolvimento dos estudos sobre a Economia Política da Comunicação, a partir de reflexões de cunho marxista, que entendem a necessidade de observar o fenômeno da comunicação de massa no contexto da influência das instituições, das políticas públicas e da tecnologia sobre os mercados e a economia. Seguindo a definição de Mosco, a Economia Política deve ser entendida como “o estudo das relações sociais, particularmente das relações de poder, que definem a produção, distribuição e o consumo de recursos”.<sup>2</sup>

As necessidades impostas às empresas, pela ordem capitalista contemporânea, são absorvidas como alerta para a integração com outros agentes do capital, na tentativa de manter barreiras à entrada frente a novos concorrentes, muitas vezes melhor aparelhados e capacitados a atuar no cenário fluido criado pela (hoje esvaziada) onda neoliberalizante das relações econômicas, políticas, sociais e culturais. A transnacionalização do mercado de comunicação, por exemplo, pode significar a entrada de firmas estrangeiras de grande poder hegemônico em relação às locais, o que reforça a oligopolização.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> MOSCO, Vincent. Economia política da comunicação: uma perspectiva laboral. **Comunicação e Sociedade 1**-Cadernos do Noroeste, Braga, v. 12, n.1-2, p. 97-120, 1999. p. 97-98.

<sup>2</sup> MOSCO, Vicent. **The Political Economy of Communication**: rethinking and renewal. London: Sage, 1996. p. 25.

<sup>3</sup> BRITTOS, Valério Cruz. Televisão, concentração e concorrência no capitalismo contemporâneo. In: BRITTOS, Valério Cruz (Org.). **Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006. p. 23-42. p. 23.

Por outro lado, é nesse ponto que se expandem as possibilidades de escolha sobre a variedade de ofertas produzidas para públicos diversos, que se constituem pela segmentação em demandas múltiplas, de grande interesse para as novas organizações. É o momento histórico que Brittos denominou de Fase da Multiplicidade da Oferta, em que predominam as técnicas de captação do máximo de público, nos marcos das estratégias de segmentação.<sup>4</sup>

O conceito adotado por Brittos voltou-se, originalmente, à aplicação nos mercados de televisão, mas ampliou esse espectro ao mostrar-se capaz de:

expressar os encadeamentos midiáticos neste capitalismo global. Para isso, necessita ser trabalhado ante as peculiaridades de cada uma das mídias [...] pensando-o como um momento demarcador da comunicação hoje, porque em todos os setores midiáticos identifica-se uma multiplicação do número de agentes, representando uma ampliação substancial da quantidade de produtos disponibilizados aos consumidores. Em grande parte, são ofertas pagas diretamente, o que aumenta o fosso entre os que têm acesso à informação e os que não a dispõem.<sup>5</sup>

A Fase da Multiplicidade da Oferta pode ser percebida desde o início da década de 1990, quando há uma maior gama de opções aos telespectadores e uma crescente disputa por audiência. Mas é somente em 1995 que, verdadeiramente, esse período da TV brasileira pode ser definido, pois é nesse momento que o mercado de televisão por assinatura passa a reunir condições de enfrentar o sistema aberto.<sup>6</sup>

A partir de 1990, inicia-se o desenvolvimento do mercado televisivo segmentado no país, e este tem se mostrado crescente, em função do aumento de canais pagos e abertos, especialmente religiosos. Também proliferam emissoras generalistas e educativas (pertencentes a fundações e prefeituras), com a ampliação de canais regionais. “As tecnologias de televisão paga e sua pluralidade de canais, além de, com menos intensidade, o crescimento do número de emissoras/redes de sinal aberto, têm provocado a fragmentação do consumo televisivo”.<sup>7</sup>

Para assumir o controle das audiências segmentadas, grupos de comunicação se associam em conglomerados de mídia e, pela utilização de meios distintos, produzem sinergia para manter o público mais tempo ligado em suas produções, convidando-o a ver TV, depois interagir no *chat* do programa, comprar o CD da trilha da novela, etc. Essas estratégias, além de definir audiências, servem também de economia de custos para as empresas, que, ante o aumento da competitividade no campo da tecnologia e da qualidade de produção, exigências

<sup>4</sup> BRITTOS, Valério Cruz, op. cit., p. 23.

<sup>5</sup> BRITTOS, Valério Cruz. Introdução. In: BRITTOS, Valério Cruz (Org.). **Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006. p. 13-20. p.15.

<sup>6</sup> BRITTOS, Valério. Os 50 anos da TV brasileira e a fase da multiplicidade da oferta. **Observatório**-revista do Obercom, Lisboa, n. 1, p. 47-59, maio 2000. p. 51.

<sup>7</sup> BRITTOS, Valério Cruz, op. cit., p. 55.

do espectador contemporâneo, necessitam ganhar na escala de produção ou pela associação com parceiros, que contribuam para melhorar a curva de experiência nos processos produtivos no setor.

Essa multiplicidade de oferta, entretanto, serve muito mais ao alargamento das condições de consumo em mercados existentes ou novos, pois em momento algum ela opera na instância da prioridade ao respeito à diversidade cultural dos segmentos. Essa noção de apartamento de grupos contradiz o princípio homogeneizante da globalização, à medida que, ao aceitar o princípio de interesses distintos, concorda com as sociedades são heterogêneas.

Tal entendimento abre a perspectiva para um novo modelo de empresa de comunicação, que briga não mais pela liderança da grande audiência, mas pelo comando do segmento. Ao lado dela segue o modelo de TV generalista, um (pseudo) reduto de compartilhamento entre classes sociais distintas, por meio da programação. Com a segmentação, cresce a dialética padronização/diferenciação e novas associações se fazem para arranjos de programação que atraiam públicos pela diversidade necessária, capaz de movimentar a cultura mundial,<sup>8</sup> vivenciada pelos mais diferentes povos, em diversos locais, como no Brasil, onde essas influências também mexeram com o mercado de comunicação.

Na Fase da Multiplicidade da Oferta, os números da Rede Globo vêm apresentando queda, especialmente no que se refere à audiência. De 2004 para 2007, a emissora passou de 55% para 47,6% no *share* de audiência das redes nacionais.<sup>9</sup> Já a cobertura nacional pouco alterou-se. Em 2005, a TV Globo cobria 98,3% dos 5.564 municípios brasileiros.<sup>10</sup> Em 2007, a emissora passou a cobrir 98,44% do total de municípios do país.<sup>11</sup> Quanto à participação na audiência, é importante notar o crescimento de 9,0% para 14,6% da Record, de 2005 para 2007, e a queda do SBT, de 19,4% para 14,6%, no mesmo período. Vale considerar que o número de assinantes da TV paga passou de 350 mil, em 1994, para 5,334 milhões em 2007.<sup>12</sup> Nota-se ainda que, apesar da proliferação de mídias, a televisão têm uma participação muito maior do que os demais meios, na divisão das verbas de publicidade no Brasil. Em 2007, a TV aberta ficou com 59,2% dos investimentos em publicidade, do total de R\$ 19.006.390.647 movimentados pelo mercado nacional.<sup>13</sup> Portanto, a televisão é o espaço público midiático brasileiro por excelência, ainda que não seja o único.

---

<sup>8</sup> BRITTOS, Valério Cruz. Televisão, concentração e concorrência no capitalismo contemporâneo. In. BRITTOS, Valério Cruz (Org.). **Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006. p. 23-42.

<sup>9</sup> GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO. **Mídia dados 2008**. São Paulo: 2008. p. 191.

<sup>10</sup> GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO. **Mídia dados 2006**. São Paulo: 2006. p. 132-181.

<sup>11</sup> GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO. **Mídia dados 2008**. São Paulo: 2008. p. 191.

<sup>12</sup> GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO, op. cit., p. 238.

<sup>13</sup> Ibid.

### **Mídia e cidadão**

A palavra cidadania tem se tornado, muitas vezes, banal no discurso político, no senso comum ou entre estudiosos. Contudo, isso não a torna estanque, nem lhe confere um significado partilhado por todos, o qual se confunde, constantemente, com as questões ligadas aos direitos humanos. Na verdade, a cidadania pressupõe a igualdade do sujeito de direitos. Nesses direitos estão incluídos: vida, liberdade, propriedade e igualdade, que se configuram em direitos civis, políticos e sociais.

Cidadão é a pessoa que goza, no Estado onde é domiciliado, dos direitos civis políticos e, sobretudo, dos direitos de voto. O homem, por ser um ser social, une-se a outras pessoas de seu grupo e constitui a família. Mas seu relacionamento vai além do limite familiar. O homem se organiza em sociedade, e esta precisa de parâmetros que possibilitem a garantia de direitos e a obrigação de certos deveres para tornar viável esse objetivo.

Cidadania é uma palavra usada todos os dias e tem vários sentidos. Mas hoje, com o declínio do Estado, cuja esfera de atuação nos processos sociais encontra-se reduzida, pelo crescimento da participação do mercado e de setores organizados da sociedade, como mediadores das soluções para as causas e interesses de segmentos por eles representados, há uma re-significação de cidadania, em essência, para algo que se aproxime do que é considerado atualmente, pelo senso comum, como o direito de viver decentemente:

Ser cidadão é ter direito à vida, à liberdade, à propriedade, à igualdade perante a lei: é, em resumo, ter direitos civis. É também participar no destino da sociedade, votar, ser votado, ter direitos políticos. Os direitos civis e políticos não asseguram a democracia sem os direitos sociais, aqueles que garantem a participação do indivíduo na riqueza coletiva: o direito à educação, ao trabalho, ao salário justo, à saúde, a uma velhice tranqüila. Exercer a cidadania plena é ter direitos civis, políticos e sociais.<sup>14</sup>

Essa definição leva em conta o tempo, a história e a evolução da própria sociedade. Cada país tem uma forma diferente de conceituá-la, variando por conta dos direitos sociais e das minorias, regimes políticos e o grau de participação da população deste e evolução econômica, educacional, tolerância religiosa, entre outros fatores.

A evolução do conceito de cidadania se dá de diferentes maneiras que se configuram além do horizonte da sociedade capitalista e das instituições políticas inerentes a estas. Na Inglaterra, a cidadania, de acordo com os relatos de Marshall, seguiu uma trajetória em que primeiro vieram os direitos civis, depois os políticos e, por último, os sociais.<sup>15</sup> Ao conceituar cidadania, Marshall considera o ponto de vista histórico e formula três pontos de vista a

<sup>14</sup> PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla Bassanezi. Introdução. In: \_\_\_\_\_ (Orgs.). **História da Cidadania**. São Paulo: Contexto, 2003. p. 9-13. p. 12.

<sup>15</sup> MARSHALL, Thomas Humphrey. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967. p. 63.

considerar:

O elemento civil é composto de direitos necessários à liberdade individual – liberdade de ir e vir, liberdade de imprensa, pensamento e fê, o direito à propriedade e de concluir contratos válidos e o direito à justiça. [...] Por elemento político se deve entender o direito de participar no exercício do poder político como membro de um organismo investido de autoridade política ou como eleitor dos membros de tal organismo [...] O elemento social se refere a tudo o que vai desde o direito a um mínimo bem-estar econômico e segurança ao direito a participar, por completo, uma herança social e levar a vida de um ser civilizado.<sup>16</sup>

A moderna acepção de cidadania e intensiva ampliação dos direitos sociais tornaram cada vez mais complexas as relações entre o princípio de igualdade social e também entre os próprios elementos da cidadania. Houve um conflito particular entre direito social e direito civil. Na sociedade moderna este último teve de se submeter àquele, já que a principal preocupação do Estado é garantir o bem-estar social de todos os membros da comunidade. Essa é uma igualdade válida para todos, mesmo que isso implique em desigualdade individual, o que não representa, necessariamente, destituição do direito civil, mas uma sobreposição do direito social.

A cidadania não veio parar acabar com as desigualdades, pelo contrário, ela até exerce a função de estratificação social. Contudo, tais funções são legítimas em termos de justiça social e admitidas pelos próprios cidadãos. Ela está aí, lado a lado com o capitalismo, para garantir a todos a oportunidade igual de desenvolver suas diferenças. Um exemplo clássico que confirma tal afirmação é a luta das classes trabalhadoras por melhores salários e pela implementação de planos de carreira, cargos e salários, ou seja, é um fragmento de classe que luta pelo direito de ser reconhecida como categoria.

No Brasil, a trajetória da cidadania foi distinta, aponta Carvalho: primeiro vieram os direitos sociais, depois os políticos, e os civis ainda carecem que as instituições guardiãs de sua proteção (os Tribunais de Justiça) sejam acessíveis a todos.<sup>17</sup> Então, a cidadania percorre um caminho próprio no país. A cidadania dos direitos sociais, no Brasil, caracterizou-se como cidadania vertical, ou seja, regulada de cima para baixo.

Na Primeira República, o regime liberalista se manteve excludente e autoritário. Na década de 30, Getúlio Vargas incluiu uma parte dos excluídos com extremo controle. Esta cidadania regulada foi exatamente a incorporação do trabalhador urbano em relação aos direitos sociais; contudo, foi expropriado politicamente. A cidadania não foi conquista plena, mas a incorporação destes trabalhadores à ordem burguesa. Por ser uma cidadania erigida sob

---

<sup>16</sup> MARSHALL, Thomas Humphrey, op. cit., p. 64.

<sup>17</sup> CARVALHO, José Murilo. **Cidadania no Brasil**: o longo caminho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 219.

um governo autoritário, ao tempo em que contemplava os trabalhadores com direitos sociais, limitava os direitos políticos.

Conflitos assim demarcam os limites entre o que é denominado liberdade e o que se entende por igualdade social, isto é, a relação entre cidadania como princípio básico de igualdade e desigualdade, que é própria do sistema capitalista. Em face a diferentes contextualizações, não há definição clara quanto ao referente cidadania. Esta tem forte ligação com os direitos, confundindo-se, muitas vezes, com os direitos humanos. Os cidadãos são portadores de direitos, entre eles os discriminados.

Esta cidadania e seus direitos expressam-se e condicionam-se no chamado espaço público midiático, lugar (incompleto) de encontro de reivindicações, identidades e posições dos diversos grupamentos. Nesse sentido, o novo espaço público deve ser relativizado em seu caráter público, que o constitui. Isto porque esse espaço público midiático insere-se numa realidade de decadência da esfera pública burguesa, a partir de fatores como a ascensão do modelo de indústria cultural e da inter-relação crescente entre público e privado. Amplia-se a penetração dos interesses dos capitais sobre as decisões estatais, o que, na realidade, remete à noção do próprio Estado, cuja origem remete à dominação de classe, o que deve ser estudado considerando-se o processo de construção hegemônica, que requer outras incorporações.

Habermas expõe o processo de mudança estrutural da esfera pública, a partir do chamado *Welfare State*:

A esfera pública política do Estado da social-democracia está marcada por duas tendências divergentes. Enquanto configuração decadente da esfera pública burguesa, dá espaço a uma publicidade demonstrativa e manipulativa desenvolvida por sobre as cabeças do público por aí intermediado. Por outro lado, o Estado da social-democracia burguesa, à medida que resguarda a sua continuidade com o Estado liberal de Direito, ele se fixa no mandamento de uma esfera pública politicamente ativa, em decorrência da qual o público mediatizado por organizações deveria colocar em movimento, através delas mesmas, um processo crítico de comunicação pública. Na realidade constitucional do estado da social-democracia (capitalista), há uma disputa dessa figura da ‘publicidade’ crítica com aquela publicidade que é organizada apenas com fins manipulativos; a escala em que ela se impõe indica o grau de democratização de uma sociedade industrial estruturada como social-democracia – ou seja, racionalização do exercício do poder social e político.<sup>18</sup>

Há, então, um desvio do projeto original da modernidade, sobressaindo-se os valores capitalistas, nesta disputa. Vieira lembra como a idéia da esfera pública autônoma relacionava-se com o projeto original da modernidade: “Ele [Habermas] enfatiza que modernidade não significa apenas diferenciação, individuação e bifurcação; a emergência de uma esfera pública autônoma de argumentação e debate também é central para o projeto de

<sup>18</sup> HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. p. 270.

modernidade”.<sup>19</sup> Em toda essa transformação da esfera pública, desde a Antiguidade, o conceito de cidadania da ágora sofre mudanças estruturantes no seu bojo, até o conceito atual de publicidade, onde o mercado dá as diretrizes. O que antes pertencia ao público, à praça, ao debate livre, com a ascensão da burguesia é transferido para a imprensa, enfim, para a mídia, que hoje é a arena do debate contemporâneo.

### **Violência e protesto**

Estuda-se aqui o episódio de *A Grande Família* exibido nacionalmente em seis de dezembro de 2007, quinta-feira, das 22h15min. às 22h45min., pelo horário brasileiro de verão.

**Tabela 1. Descrição da série *A Grande Família* – bloco 1**

<p><b>Cena 1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Violência doméstica contra a mulher é o tema desse episódio, que inicia com um grupo de mulheres, as quais, em frente a uma casa do bairro, onde o programa é ambientado, faz um “apitaco” para protestar contra um marido que bate na esposa. D. Nenê (Marieta Severo) comanda o grupo de mulheres. Quando sua filha Bebel se aproxima e pergunta o que está havendo, ela explica que leu que “em Pernambuco as mulheres fazem assim, tá entendendo, quando elas sabem que uma mulher tá apanhando, tá sendo espancada pelo marido, elas apitam até ele saber que todo mundo tá sabendo”.</li> <li>● Também é D. Nenê quem vai falar com a nova vizinha no portão da casa sobre a situação em que ela se encontra. A vizinha diz à D. Nenê que não precisa daquele protesto, pois “o marido é bom e só faz aquelas coisas quando bebe”. D. Nenê comenta, em tom de confidência com a filha, que “o problema é que ele bebe todo dia”.</li> </ul>
<p><b>Cena 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrando no salão de beleza de Marilda (Andréa Beltrão), D. Nenê e Bebel comentam a situação ocorrida, quando a filha diz: “que chato, né? Eu achei que a Rosa ficou com mais vergonha do apitaco do que o próprio marido”. Ante isso, D. Nenê comenta: “Ah, Bebel, é assim mesmo. A mulher que é vítima de violência, ela tem vergonha, por isso mesmo é que a gente tem que ajudar.” Bebel então promete participar do próximo “apitaco” e Nenê pergunta se pode contar, também, com Marilda que, distante do assunto, escovando o cabelo para esconder o rosto, responde estar “de dieta”. Nenê estranha e quer saber o porquê da distração, Bebel explica que “é namorado novo” e então Nenê fica perguntando à amiga quem ele é. Marilda desconversa e Nenê fica desconfiada ao perceber que a testa da amiga está machucada.</li> </ul>
<p><b>Cena 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Marilda encontra Paulão (Evandro Mesquita) na oficina dele e diz que é preciso encontrar um novo lugar para os encontros, porque ali é muito apertado e ela se machucou com uma chave de roda da última vez. Além disso, a cabeleireira diz que não combina com o ambiente, implica com um pôster de mulher pendurado na parede e diz “eu quero ir pro motel, motel dos bacanas”. Combina um encontro para a noite, desde que seja num lugar</li> </ul>

<sup>19</sup> VIEIRA. Liszt. **Os argonautas da cidadania**: a sociedade civil na globalização. Rio de Janeiro: Record, 2001. p. 58.



diferente da oficina.

**Cena 4:**

- Na pastelaria do Beißola (Marcos Oliveira), Agostinho (Pedro Cardoso) joga sinuca com outros homens e, quando comenta sobre o “apitaçõ” contra Juarez, que está batendo na mulher, começa a fazer discurso sobre o tema, com uma série de observações moralistas. Entre outras coisas, diz que “homem que é homem bate em homem. Uma coisa é você dar uma correãõ numa mulher. Você fala firme: agora! Você diz: vai pra dentro! Agora, às vezes, a mulher pede: bate, bate, aí você faz ...”.
- Nesse ínterim, Juarez entra no bar, compra cervejas e, antes de sair, deixa um bilhete sob a bola de sinuca, em frente a Agostinho, que debocha, dizendo: “O cara deixou um torpedo pra mim. Acho que esse cara é irmã, irmã”.
- Beißola diz que tentou avisá-lo de quem se tratava e, ao lerem o bilhete, o falante Agostinho se mostra pálido, ao ver que a mensagem era “Eu vou te quebrar”. Beißola reforça que Juarez só não bateu em Agostinho porque os homens que jogavam sinuca com ele eram policiais. Agostinho, retomando o ar de valentão, esbraveja que “tem medo de homem, não”.

**Cena 5:**

- Agostinho fala com Tuco (Lúcio Mauro Filho) e mostra o bilhete. O cunhado diz que, se sua irmã Bebel, com quem Agostinho é casado, visse aquele comprovante de aposta nos cavalos ficaria com raiva. Então, Agostinho percebe que pegou o papel errado e imediatamente troca pelo que contém a ameaça de Juarez. Tuco fica preocupado e Agostinho repete que não tem medo de homem e sim “de mulher”, mas que deseja deixar uma mensagem para sua filha que vai nascer, caso aconteça o pior. “Quero que minha filha saiba quem foi o pai dela”, diz para Tuco, que pondera, em meio a risos, ser melhor não fazer isso.
- De todo modo, os cunhados acertam as condições da realização do vídeo encomendado por Agostinho, que Tuco permuta por uma noite de apresentação musical no Paivense, clube do bairro, do qual Agostinho é presidente.

**Cena 6:**

- Dentro da casa dos pais, Tuco faz com as mãos a caracterização típica dos diretores, quando imaginam os *takes* para seus filmes. Agostinho reclama e diz que aquilo não é para que ele seja “campeão de cinema”. Antes de iniciar a gravação, entretanto, pede um tempo, porque “eu queria tá chorando no começo”. O “diretor” orienta: “então se emociona aí”. Agostinho começa a falar para a filha que a ama mesmo antes dela nascer.

**Cena 7:**

- Paulão se anima com a arrumação de Marilda e pergunta se podem ir, mas ela pondera que depende do lugar. Ele esclarece que “descolou um lugar joinha, joinha”. Paulão fecha a oficina e os dois saem conversando. Marilda pergunta: “E aí, já avisou pra sucuri que dessa vez você vai separar dela de verdade?”. Paulão diz: “Como é que eu ia avisar se ela chegou de madrugada em casa. Eu tô até encafifado que ela anda de rabo preso com amante. Porque meu casamento, meu casamento, na real mesmo, é uma farsa, só tá no papel”. Marilda diz não acreditar na conversa do amante, que se diz “apaixonado”.
- Na seqüência, os dois chegam até um carro, que é na verdade o lugar que o mecânico arrumou para o encontro e que ele diz ser igual a um motel, com luzes, som, ar-condicionado e espelho, referindo-se ao retrovisor. De repente, ao tentar um carinho, Paulão fere o olho de Marilda que começa a gritar de dor.

**Cena 8:**

- Tuco e Agostinho assistem à gravação do vídeo. Nele o pai fala de seus feitos heróicos para a filha, mas alerta que deseja deixar mensagens de “valores fundamentados na justiça”. Tuco comenta a capacidade de atuação de Agostinho, que consegue assumir uma personagem que não é e mentir para a própria filha. Ele diz; “você é um baita de um ator”. Ao mesmo tempo alerta que deseja que o vídeo fique “maneiro” e para isso é preciso arranjar alguém que fale bem de Agostinho, para que não fique restrito à imagem deste “enchendo a própria bola”.

- Surge a idéia de inserir um depoimento de Lineu (Marco Nanini), pai de Tuco, sogro de Agostinho, falando sobre o genro. Como a tarefa é difícil, faz-se novo acordo sobre a noite de show no Paivense, agora com meio a meio sobre os lucros do bar do clube.

**Cena 9:**

- Lineu lava seu carro, um Monza, modelo da década de 1980, quando Tuco chega festivo, cumprimentando o pai. Este imediatamente pergunta se ele vai “pedir alguma coisa”. O filho diz que vai pedir duas, para aumentar a chance de ganhar uma, e diz que, em primeiro lugar, queria um aumento na mesada. Recebe não como resposta. A segunda proposta é que o pai participe de um documentário que está realizando sobre Gandhi. Lineu se anima e Tuco explica que a “mensagem de paz de Gandhi tem tudo a ver com esse momento que a gente tá vivendo. Esses movimentos de cansei, de basta, chega dessa violência”.

- Mesmo com Lineu dizendo não ser um conhecedor profundo da obra de Gandhi, o filho diz que isso não importa, porque basta elogiar “os seus feitos para a humanidade”. Combinam, então, a gravação para depois que Lineu terminar de lavar o carro.

**Cena 10:**

- No salão de beleza, Marilda, usando grandes óculos escuros, faz as unhas de Nenê, que começa a perguntar, em tom preocupado: “Marilda...; Marilda... é só impressão minha ou esses óculos escuros tem a ver aí com esse olho roxo?”. A cabeleireira diz que acha *chic* usar óculos escuros e a dona de casa retruca que isso não explica o “olho roxo”. Nenê começa a interrogar a amiga se esse machucado tem a mesma origem da testa ferida e ela diz serem coincidências. Nenê continua a inquirir a amiga sobre a coincidência de ela ter aparecido assim depois do novo namorado, pede que ela confie, que diga se tiver algum problema sério, que pode ser ajudada.

- Marilda se irrita e diz que “o problema sério é meu, Nenê. É meu problema sério”. Nenê diz: “errado, Marilda, o problema tem a ver com a sociedade. Alguns problemas de mulheres são de toda mulher”.

- A cabeleireira, nervosa, retira-se, esconde o rosto e pede ajuda à Bebel, reclamando que Nenê “está fazendo uma devassa na sua vida”. A filha de D. Nenê pondera que é melhor deixar a Marilda em paz, ao que sua mãe responde com uma explicação convincente: “Não, Bebel, a Marilda está com o comportamento típico de mulheres que apanham dos homens e têm vergonha de dizer. Ela está assim desde que arrumou esse namorado novo. Temos que ajudar nossa amiga”.

**Cena 11:**

- Na pastelaria, Beiçola dá um susto em Agostinho, que vai chegando ao recinto. O comerciante ri do cliente, dizendo que ele está com medo do Juarez. Agostinho tenta disfarçar, mas percebe a chegada do seu desafeto e finge uma dor de barriga para se esconder

no banheiro, o mesmo que Juarez pede para usar, assim que entra na pastelaria.

- Entra a música tema do programa, com os caracteres do elenco fixo, que aparece em fotos, em um álbum de família, com diversas situações registradas por pessoas anônimas, que se transformam nas personagens de *A Grande Família*.

**Intervalo:**

- Somente leva a assinatura da Rede Globo, nesse intervalo, a chamada para o último episódio da série *O Sistema*, a ser exibida na noite seguinte.

**Espaço público e discussão**

O espaço público midiático aparece no programa como local de discussão sobre o tema violência doméstica contra a mulher. A porta-voz é uma personagem de classe média, da periferia, dona de casa, que vive para a família, é muito bem casada e uma referência de bom caráter. D. Nenê toma a frente da polícia e da justiça, convocando a comunidade para defender a vizinha em situação de risco.

A cena seguinte apresenta a confrontação entre o debate público sobre a violência e como essa temática caracteriza-se de modo distinto nas discussões na esfera privada. É quando D. Nenê, antes defendendo uma vizinha, não consegue sensibilizar sua amiga e confidente a participar da causa das mulheres, muito menos inculcar, em sua mente, a percepção de como os assuntos íntimos tornam-se coletivos, na medida em que se referem às questões sociais que afetam toda a sociedade.

A cena terceira do primeiro bloco do programa explica porque Marilda não se interessa pelo assunto da violência contra sua vizinha. A personagem está bem mais empenhada em conseguir de seu parceiro uma provisão mais adequada ao exercício do sexo, feito às escondidas, em condições inadequadas a uma mulher que se diz não condizente com a situação. No entanto, ela aceita e segue, na seqüência das cenas, acompanhando o amante, em situações esdrúxulas, como a de substituir um motel por um carro. O homem ignorante, sem tato, que troca seu nome a todo instante, é o que lhe resta como satisfação para suas necessidades de mulher madura, solteira, que para viver um relacionamento erótico e afetivo deve aceitar o que não lhe convém, sob pena de ficar sozinha.

De outro lado, o cenário masculinizado da pastelaria faz contraponto com a discussão explicitada pelas personagens femininas e impõe ao homem brasileiro de classe média um estereótipo de machista, sem cultura, reflexão e capacidade de discernimento sobre situações dramáticas, como a violência doméstica. Isto fica nítido na medida em que a personagem que amplia a voz popular masculina na ficção somente repete jargões infundados, como os que associam a não violência contra a mulher à necessidade do homem de honrar sua macheza ou às concessões em caso do desejo feminino se manifestar pela satisfação, através da

brutalidade masculina.

O núcleo familiar, central no programa, é marcado, neste episódio, por uma situação não muito comum. A personagem de Lineu, um funcionário público muito ético, tem pouca visibilidade. A participação da personagem é necessária para ser antagônica à falta de caráter do genro, Agostinho, e à irresponsabilidade do filho, Tuco. Ambos, sem qualquer escrúpulo, não hesitam em gravar um documento para que a nova geração da família, a filha que vai nascer do casamento de Bebel e Agostinho, seja enganada sobre a real identidade de seu pai, e numa ação de falsidade ideológica, com a participação, direta ou indireta, do tio e do avô.

No âmago dessa relação está a tentativa do ganho fácil e a violência contra quem tenta ser honesto num país de espertos golpistas. Tuco não trabalha, Agostinho sempre tenta uma tramóia e Lineu, o trabalhador brasileiro, é a vítima, o mal humorado e ranzinza, que não concorda com a vida engraçada que quer levar sua família.

No entanto, em nome do amor, não há qualquer atitude por parte dele, a não ser entrar no jogo infantil das brigas cotidianas que fazem as famílias seguirem levando seus problemas adiante, como uma doença crônica sem tratamento, num país sem oportunidades. Talvez seja esse o alívio de *A Grande Família*, para muitos pais e mães que acomodam, alimentam e mantêm a inércia de filhos, genros, noras e netos, dependentes de um salário de funcionário público, como Lineu o é, ou, em pior hipótese, necessitam de programas de transferência de renda para sustentar os seus.

Vale ressaltar que as personagens citadas são criações da década de 1970, época em que foi exibida a versão original, de Oduvaldo Viana Filho, dramaturgo combativo à ditadura, período em que a função de funcionário público, como apresentada através de Lineu, possuía outra situação no país, que atravessava a contradição entre a autoridade ditatorial do regime militar e o crescimento provocado pelo milagre econômico. Nos tempos de agora é imperioso questionar como Lineu, então fiscal da vigilância sanitária (hoje em licença para dedicar-se à iniciativa privada), homem impoluto e incapaz de ganhar qualquer tipo de remuneração fora dos seus vencimentos legais, consegue manter toda essa família, considerando-se a queda na remuneração do serviço público, especialmente a partir do neoliberalismo.

Representante dos capitais em movimento e com essencial funcionalidade no sistema como um todo, a Globo é contraditória (também) por manter o romantismo da família que vive do salário do pai, o chefe, como nos anos do milagre econômico, quando pretendia mostrar o Brasil público e institucional como fonte de riqueza. Tal concepção é incoerente com sua postura atual, de difusora precípua da visão neoliberal, que impõe o mercado como a força praticamente única de organização do desenvolvimento da sociedade, na maior parte do

tempo desmerecendo o Estado e seus agentes.

De volta ao tema principal do episódio, a cena que antecede o final mostra como é fundamental a participação das pessoas na solução de problemas sociais, como a violência doméstica, sendo a amiga a pessoa capaz de, olhando os sinais de maltrato, resolver a dor da vítima indefesa. A delegacia sempre foi estranha às mulheres, os exames de corpo de delito muitas vezes foram mais violentos que a própria situação de horror experimentada pela vítima. Quando D.Nenê fala em tom de preocupação e, maternalmente, pergunta à amiga mais jovem o que está havendo com ela, sente-se a necessidade de que seja instituída uma ordem dessa natureza, feminina, carinhosa, caridosa como as voluntárias das ações sociais, que se expandem pelo país e assumem o papel do Estado na segurança pública e privada dos cidadãos.

Ao deixar claro que a questão da violência é de toda a sociedade e que “problemas que afetam algumas mulheres devem ser de atenção de toda mulher”, a personagem de Marieta Severo, uma atriz de reconhecida credibilidade, confirma a necessidade da comunidade, a parcela da população mais próxima da realidade imposta aos problemas sociais, conduza a resposta às dificuldades surgidas.

Sem dúvida, faz diferença o fato da atriz que conduz a ação *pedagógica* da Globo, quanto à temática social violência contra a mulher, ser um nome conhecido, como o de Marieta Severo. Independente do seu histórico de vida, suas relações políticas e os trabalhos que desempenhou no teatro, ao longo de mais de quatro décadas, possivelmente é identificada, hoje em dia, pelas telespectadoras da emissora, por sua imagem simpática, dedicada nos papéis de esposa, mãe, ex-esposa, avó e amiga, como contam as reportagens das revistas de televisão, um dos instrumentos que dão continuidade ao aparato televisivo, e que, sem dúvida, podem ser inscritos como ferramentas da Fase da Multiplicidade da Oferta, particularmente quanto à sinergia funcional:

A convergência da função pode originar uma diversificação, já que um produto ou serviço é vendido pela utilidade que proporciona a seu comprador ou que este espera obter. A sinergia funcional é a busca da satisfação de uma mesma necessidade a partir de uma atividade diferente. Por exemplo, um jornal de informação geral e a CNN, em essência, cumprem a mesma função, informar. É este tipo de sinergia que ancora o lançamento de uma estação televisiva por um grupo editor de revistas, conservando o mesmo tom, por exemplo, de prestígio, ou ao contrário, de conteúdo popularesco.<sup>20</sup>

Pode-se perceber que as revistas especializadas em televisão, especialmente as que pertencem ao mesmo grupo empresarial da Rede Globo, a Editora Globo, funcionam como instrumentos que cumprem o papel de ampliar a visibilidade e a atenção sobre um produto

<sup>20</sup> BRITTOS, Valério Cruz, op. cit., p. 33-34.

televisivo, contribuindo para otimizar os ganhos da indústria da comunicação, no que se refere à necessidade de ampliar sua rentabilidade, frente à disputa acirrada atual, marcada pela presença, também, de bens simbólicos importados com larga distribuição no mercado interno.

### **Reunião e depoimento**

Para fechar o bloco em análise, vale o destaque que o gancho deixado para o telespectador, antes de entrarem os comerciais, é plenamente voltado ao humor, gênero do programa, quando a personagem de Agostinho é levada a se esconder num banheiro, por medo de apanhar de um homem grande e violento, que bebe e bate na esposa. Agostinho havia tecido comentários desabonadores sobre o referido homem, que jurou buscar reparação.

**Tabela 2. Descrição da série *A Grande Família* – bloco 2**

<p><b>Cena 1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Com a imagem geral das ruas onde vive as personagens do programa, vê-se, de um lado, a mulher de Paulão, Suzete, caminhando e do lado oposto e vindo ao seu encontro a amante dele, Marilda. As duas se encontram frente a frente e Marilda pergunta o que Suzete faz ali na rua. “Ué? Eu moro aqui no bairro! Eu vim para uma reunião na casa da Nenê”. Marilda estranha e indaga: “Na casa da Nenê?”. “Ué, você não sabia?”, pergunta Suzete, a quem Marilda diz que “sabia, claro, reunião na casa da Nenê e eu não vou saber?”. “Ah, então cê tá sabendo do assunto da reunião. Tem uma mulher aqui no bairro que apanha do namorado. A gente precisa fazer alguma coisa”, responde Suzete.</li> <li>• Enquanto Marilda disfarça não saber da reunião e diz que vai chegar mais tarde, a esposa de Paulão diz que terá de sair mais cedo do encontro, porque tem que fazer um jantar especial para o marido, para agradecer os brincos de ouro que ele lhe deu de presente.</li> <li>• Nesse momento Marilda, enfurecida, esquece que estava cobrindo os machucados do rosto, tira os óculos e olha bem de perto a jóia que a rival recebeu. Ao se despedirem, a cabeleireira tira da bolsa seu celular, modelo bem antigo, e liga para o amante, a quem dá um recado seco e direto: “Paulão, seu safado, encontro de urgência na minha casa”. Ela sai caminhando e entram os caracteres com o nome do episódio da noite, <i>O Apitaco</i>, do elenco e da ficha técnica.</li> </ul>
<p><b>Cena 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Na pastelaria, Juarez e mais outros homens reclamam que têm alguém que não sai do banheiro. Agostinho diz “comi um desses pastéis estragados” e por isso não pode sair de lá. Beizola se irrita e diz que “a dor de barriga do Agostinho é medo de você, Juarez”.</li> </ul>
<p><b>Cena 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lineu diz a Tuco que escreveu seu depoimento, porque “não gosto de improvisos”. Começam a gravar e Tuco manda cortar, porque o pai usou a palavra depoente e que ninguém vai saber o que ela significa. Lineu discorda: “Nem todo mundo é ignorante como você, Tuco, sabem que depoente é quem presta um depoimento”. Rapidamente Tuco o corrige, “então fala, prestar depoimento”. Recomeçam as gravações e Tuco corta o pai, porque ele está dando voltas, “tá esticando. Vídeo é ação!”. Tuco explica a Lineu que “queria que você falasse do Gandhi, mas sem falar o nome dele. É um jogo com o espectador”. “Mas não é um documentário?”, pergunta Lineu. “É um documentário interativo”, diz o pseudo cineasta.</li> </ul>

- Na seqüência, Lineu passa a dar um depoimento sobre “esse homem”, mas é interrompido novamente, porque o filho havia se esquecido de ligar a câmera. “Dá pra fazer de novo?”, pede Tuco.

#### **Cena 4:**

- Entre sucos e salgadinhos, D. Nenê fala para as amigas reunidas na sala de sua casa: “Minhas amigas, mulheres, eu convoquei vocês, porque temos uma amiga que precisa da nossa ajuda. Porque todas nós sabemos que a Rosa tem problemas com o marido dela. Bebel intervém, dizendo que Rosa foi convidada, mas, por estar constrangida, não veio. D. Nenê continua, “pois é, agora precisamos ajudar a Marilda”.
- Nesse momento, Suzete reclama e Nenê diz que sabe que ela “já teve problemas com a Marilda, mas ela precisa de ajuda, porque deixou um sem vergonha e arranjou outro pior”. Suzete toma a frente e diz que, se Nenê está se referindo ao seu marido Paulão, quer dizer a todas que “a gente se acertou” e que o marido, hoje, é “exemplo”.
- D. Nenê continua a fala, dizendo não querer invadir a intimidade da convidada, e que o problema de sua amiga Marilda é com o namorado novo. Logo conclama as companheiras à luta, lembrando que “nós temos nossa arma. Vamos promover um apitação na rua”. As mulheres se movimentam e alegremente começam a escolher seus apitos.

#### **Cena 5:**

- Agostinho tenta disfarçar a voz para não ser reconhecido, mas Beißola abre a porta do banheiro e Juarez vai partir para agredir o genro de Lineu. Nesse instante chegam policiais que levam o agressor para a delegacia, dizendo que ele foi denunciado. “Lugar de homem que bate em mulher é na delegacia de mulheres”, diz a personagem do policial.

#### **Cena 6:**

- Paulão chega à casa de Marilda, segurando uma flor na mão e dizendo “que bom que você assumiu nosso relacionamento”. Marilda o recebe com raiva e diz que vai terminar o relacionamento, que sabe que ele deu um presente à esposa, enquanto diz não possuir dinheiro nem para os encontros com ela. Paulão diz que os brincos que deu à esposa foi um presente para “embelezar o pavão da sucuri. Vou me separar dela amanhã”.

#### **Cena 7:**

- Pela rua vem caminhando o grupo de mulheres rumo à casa de Marilda, quando ouve a discussão e acha que ela está apanhando. Começa o “apitação” e Marilda aparece na janela, perguntando o que está acontecendo. D. Nenê diz, “você não vai apanhar mais, não está sozinha. Cadê o agressor?”.
- Abre-se a porta do salão de Marilda e logo após a saída dela aparece Paulão, ainda segurando a flor na mão. Nenê exclama assustada: “O Paulão?”. Marilda se dirige à amiga e diz: “viu porque eu não podia dizer quem era?”. Em meio às duas, Suzete parte para o marido e ameaça “Paulo Wilson, você tem um minuto para se explicar”.
- Paulão, com seu jeito característico de falar, assume a cena. “Meus amor, mis (*sic*) perdoem...eu tenho uma atração carnal, assim como amigo, com a Marilda e uma espiritual (*sic*) com você Suzete, você tem que compreender, a carne é fraca”. A esposa do mecânico, enraivecida, responde: “a carne é fraca, mas o espiritual aqui não”. Empurra o apito na boca do marido e o carrega pelo braço, aos tapas. Marilda assiste e comemora: “Bate, bate mesmo”.

**Intervalo:**

- Neste intervalo somente a chamada do *Linha Direta*, apresentado na seqüência da programação daquela noite. Em destaque, o caso de uma mulher que surpreendeu a polícia com o assassinato do seu marido.

**Mulher e reação masculina**

O segundo bloco marca a discussão moral sobre as relações de traição presentes na sociedade. São discutidas pautas em relação às mulheres maduras e solteiras, que terminam por se acomodar num tipo de relacionamento em que o homem diversifica e as mulheres, tanto esposa, quanto amante, enquadram-se no papel que a sociedade define para quem é casada e para quem é “a outra”.

O programa, em forma de humor, coloca frente a frente esposa e amante disputando espaço, atenção, visibilidade. No caso de *A Grande Família*, a amante é a atriz, reconhecidamente, famosa e querida. A esposa é a desconhecida, tratada como “sucuri” pela amante e pelo marido, quando ele está junto à segunda. No final, entretanto, ao perceber que o mecânico não abandonou a esposa, ao contrário, continua agradando-a com presentes, a amante o chama para uma conversa séria e diz que vai terminar. Não é a esposa quem age, é a amante, que se sente preterida pela falta de dinheiro para viabilizar condições melhores e mais confortáveis. Culturalmente, na sociedade brasileira, em geral, as esposas são as que economizam para a família, enquanto as amantes recebem os mimos em troca dos encontros furtivos, sem a presença do companheiro na maior parte do tempo.

No episódio que reclama a defesa da dignidade da mulher, a esposa é apresentada como a cobra, a sucuri, caluniada pelo marido. Este, por sua vez, desculpa-se pela falta de decisão em relação aos relacionamentos que mantêm, acusando a esposa de “estar de rabo preso com algum amante”. Essa mulher é quem bate, quem leva para casa, quem vira a chacota dos amigos na rua, quem serve de exemplo para as outras mulheres de que essas devem tomar atitudes contra os abusos de seus companheiros, sejam físicos ou simbólicos.

Já na cena cômica, o realce é o caráter de homens que inventam não ter medo de nada, mas que se sentem fortalecidos, quando a justiça resolve tirar da área o violento, que não só bate em mulheres, mas também acovarda os fracos, como Agostinho. Este se sente livre de qualquer compromisso de pagamento pela falcatura combinada com o cunhado, pois a polícia encarcerou seu objeto de medo, como comentado anteriormente.

As mulheres em ação vão decidir, no espaço público, um assunto que nada tinha a ver com a temática por elas até ali defendida. Marilda não foi agredida fisicamente, mas há uma violência contra a condição de mulher, que também é uma questão da sociedade. Não se fala



objetivamente sobre isso no programa, que é didático ao ensinar como se prevenir de agressão física.

Em relação ao intervalo, destaca-se que seria coincidência a chamada para o programa seguinte da grade de programação versar sobre tema próximo ao tratado em *A Grande Família*. Afinal, sem saber, exatamente o teor do caso exposto na chamada, o que passa ao telespectador é a imagem de crime, envolvendo uma situação doméstica, já que o reforço é para a figura de uma esposa, acompanhada do filho, que vai à delegacia fazer revelações surpreendentes sobre a investigação da morte de seu marido.

**Tabela 3. Descrição da série *A Grande Família* – bloco 3**

<p><b>Cena 1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Tuco e Agostinho assistem ao depoimento de Lineu e o genro se emociona: “Poxa, não pensei que o Lineu achasse tudo isso de mim”. Nesse instante o sogro entra perguntando ao filho sobre a gravação e é recebido com beijos por Agostinho, que o agradece por tudo. Quando se esclarecem os fatos, Lineu fica revoltado e seu genro diz que não vai mais cumprir o acordo com Tuco, porque Juarez está preso. Então, Tuco propõe ao pai que ele grave outro depoimento “esculachando o Agostinho, que é um ótimo contraponto crítico”. Agostinho, então, quer levar a fita para fazer umas cópias e vender na pastelaria, enquanto Lineu diz que não vai deixar um depoimento desonesto ser exibido. Tuco diz que não haverá pirataria com sua obra e a discussão segue, com as personagens se embatendo fisicamente pela posse da gravação.</li> </ul>
<p><b>Cena 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Na cozinha de Nenê, ela e Marilda tomam um café e a dona de casa lamenta, que sua intenção era fazer algo de bom e só conseguiu criar um tumulto. Toca a campainha, elas abrem e é Rosa, que diz estar ali para agradecer, pois, ao saber da reunião em apoio à Marilda, criou coragem e denunciou seu marido.</li> <li>● A cabeleireira se empolga com a notícia e Rosa comenta que na delegacia tomou conhecimento “que tem uma lei Maria da Penha, criada para defender as mulheres. Nunca mais o Juarez levanta a mão pra mim”. Marilda diz à Nenê que “seu apitão serviu para muita coisa” e a dona de casa resume: “Agora aqui no bairro nenhuma mulher vai ser mais vítima da violência”. Um som de apitos chama a atenção das mulheres.</li> </ul>
<p><b>Cena 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Na rua, os homens estão fazendo um “apitão” em frente a uma casa. Nenê pergunta se alguma mulher está sendo vítima de violência e eles explicam que não, já que a mulher do Paulão está “metendo a mão nele”. Marilda diz que a surra é merecida e Tuco questiona que “homem não pode bater em mulher, mas mulher pode bater em homem?”. Marilda diz que se o homem for “da categoria do Paulão, pode”. D. Nenê arremata, ensinando que “por uma questão de coerência sou contra qualquer tipo de violência doméstica”.</li> <li>● Paulão sai de casa e reclama do “apitão”, dizendo “eu prefiro apanhar do que passar essa vergonha de apitinho”. Os amigos o informam que, com o “apitão”, a mulher dele não mais baterá porque todos estão sabendo. Paulão discorda, comentando: “você num conhece a sucuri, a sucuri é peçonhenta”. Os homens seguem andando juntos e apitando, ao mesmo tempo em que sobe a música tema e os créditos finais. Fecha a capa do álbum de fotografias,</li> </ul>

símbolo do programa, e se encerra o episódio.

Bebida, pirataria, traição no casamento e violência são temas tratados no programa, que usa a linguagem do humor para informar à classe média brasileira sobre a Lei Maria da Penha, a qual trata da punição aos agressores contra mulheres, e para passar lições de moralidade sobre a difícil situação das que são enganadas por maridos ou amantes.

Este episódio caracteriza o que nesta pesquisa se chama de mancha de cidadania, uma vez que, na programação, a Globo incluiu os temas referidos e adequou ao gênero do programa, humor, levando informação sobre a resposta legal para a problemática social enfocada.

É importante analisar o modo do tratamento dado aos temas sociais em *A Grande Família*, organizada de forma direta e objetiva. Não há sutilezas nas discussões, porque, pelo formato do programa, episódios com começo, meio e fim, a cada semana, o assunto precisa ser encerrado em pouco tempo, ao contrário da novela, que dilui as discussões pelos capítulos.

As personagens também se diferenciam nos gêneros distintos: em *Duas Caras* ninguém parece ser totalmente confiável para transmitir mensagens sociais com credibilidade, já que em algum momento se revelará a outra “cara” de cada personagem; já em *A Grande Família*, as identificações com os tipos comuns do povo brasileiro se fazem a cada traço de personalidade construída para dialogar, de modo simples, com a grande maioria das pessoas, igualmente simples, que compõem a população nacional. Lineu é o funcionário público corretíssimo, que cria filhos desajustados, uma mulher que vive com um malandro e um homem que não faz nada e, ainda, vive de mesada. O gênero é a imagem da molecagem inconsequente, que está impregnada no imaginário das pessoas sobre a identidade nacional do *jeitinho* brasileiro.

### **Considerações conclusivas**

Tomando como objeto a Rede Globo, destacando a amplitude de sua programação, especificamente a série *A Grande Família*, como objeto da pesquisa, pode-se perceber que suas ações de *marketing* e de *merchandising* social colaboram para a manutenção do sistema capitalista contemporâneo, em especial por atuar como mediadora das causas sociais, a partir dos seus interesses como organização industrial de cultura.

A Rede Globo consagra-se do *marketing* e do *merchandising* social como uma forma de conquistar e fidelizar audiência no disputado mercado de mídia televisiva. A exibição de conteúdos sociais confere-lhe a imagem pública de emissora socialmente responsável, cuja programação serve como espaço de formação e educação para a audiência, por intermédio de

programas produzidos em padrões de alta qualidade técnica e estética.

Ao longo dos últimos 48 anos a Rede Globo tem tratado temas sociais trazendo certa pedagogia de tópicos que se tornaram mais evidentes, tanto com a Constituição, como em todo o processo de redemocratização do país. Portanto, o que se pode observar é que há uma tendência didática instrutiva na programação de forma pulverizada, que é distribuída ao longo de vários programas. Contudo, não há um processo sistemático, mas sim pequenas inserções que não provocam mudanças sociais em favor da construção de cidadania tão pregada pela emissora.

A Rede Globo apresenta sim conteúdos que promovem o sentido de cidadania de modo limitado, porque se restringe ao aspecto da informação e não avança no aprofundamento das discussões temáticas sobre a vida dos cidadãos e suas relações com os outros, com o Estado, com as instituições e com o mercado.

A observação empírica permite observar que, em geral, a programação global trabalha os temas sociais com a inclusão de personagens que repetem modelos de comportamento normatizados pela moral vigente, embora em alguns momentos tenha-se a impressão de ruptura, o que não avança para se tornar concreto. Na imensa maioria das vezes, esse fato é justificado pela rejeição da audiência.

A Rede Globo se auto-referencia como local de encontro da cidadania na sua programação. Isso reflete a posição da emissora como conformadora de um espaço público, por onde os cidadãos participam, em alguma medida, do debate ou da difusão de informações sobre as questões sociais. Um espaço público que, como tal, se caracteriza por promover o exercício da cidadania, apesar das precariedades, advindas do fato de ser organizado por um agente privado.

Essa cidadania e como ela é tematizada na programação configuram uma prática capitalista. Ou seja, é uma forma de administração do capitalismo. O capitalismo, como qualquer sistema, mesmo injusto, não pode exercer unicamente censura, pois precisa garantir adesão. Tem que oferecer minimamente um rol de vantagens para combater a exclusão ao próprio sistema e ajudar a mantê-lo ou superá-lo.

A Rede Globo se auto-referencia como local de encontro da cidadania na sua programação. Desta forma, reflete a posição da emissora como conformadora de um espaço público no qual os cidadãos participam, em alguma medida, do debate sobre as questões sociais. Um espaço público que, como tal, se caracteriza por promover o exercício da cidadania, apesar da elevada precariedade, advinda do fato de ser organizado por um agente privado, que atua a partir de suas lógicas (privadas e, portanto, de rentabilidade), onde a

tematização do social é incompleta, não raro conduzindo a reificação do modelo social atual.

### Referências

- BRITTOS, Valério Cruz. Introdução. In. BRITTOS, Valério Cruz (Org.). **Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006. p. 13-20.
- \_\_\_\_\_. Televisão, concentração e concorrência no capitalismo contemporâneo. In: BRITTOS, Valério Cruz (Org.). **Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006. p. 23-42.
- \_\_\_\_\_. Os 50 anos da TV brasileira e a fase da multiplicidade da oferta. **Observatório** - revista do Obercom, Lisboa, v. 1, n. 1, p. 47-59, 2000.
- CARVALHO, José Murilo. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. v. 1.
- GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO. **Mídia dados 2006**. São Paulo: 2006.
- GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO. **Mídia dados 2008**. São Paulo: 2008.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- MARSHALL, Thomas Humphrey. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- MOSCO, Vincent. Economia política da comunicação: uma perspectiva laboral. **Comunicação e Sociedade 1**-Cadernos do Noroeste, Braga, v. 12, n.1-2, p. 97-120, 1999.
- \_\_\_\_\_. **The Political Economy of Communication: rethinking and renewal**. London: Sage, 1996.
- PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla Bassanezi. Introdução. In: \_\_\_\_\_ (Orgs.). **História da Cidadania**. São Paulo: Contexto, 2003. p. 9-13.
- VIEIRA. Liszt. **Os argonautas da cidadania: a sociedade civil na globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2001.