

PROGRAMA *PÂNICO NA TV!*: O BIZARRO NA TELEVISÃO BRASILEIRA!

Marcio Daliberto Frugoli
Mestrado em Comunicação
Universidade Paulista – UNIP-SP

Este texto procura vincular a relação entre o programa de televisão brasileiro “*Pânico na TV!*”¹ e as principais características dos instrumentos de base da comunicação (doutrina), tendo como *corpus* apenas um quadro do programa que apresenta a exploração da imagem privada da pessoa pública, as baixarias televisivas, o voyeurismo agressivo, o humor escatológico, e outras, se apoiando na Teoria do Grotesco (“*O império do Grotesco*”²).

A acepção da palavra “*Grotesco*” vem de gruta, porão, etc. Praticamente a teoria do Grotesco é evidenciada por volta do século XV, principalmente na pintura e na literatura, palavra cunhada para designar determinadas espécies de ornamentações encontradas em escavações feitas primeiro em Roma e depois em outras regiões da Itália. Esses ornamentos apresentavam um visual diferenciado, irreal, alguns diziam parecer com figuras monstruosas, demoníacas, mas, que serviam como decoração de certos e determinados ambientes, ou seja, admirados por alguns.

¹ O programa “*Pânico na TV!*” é veiculado pela “*RedeTV!*” (canal de televisão) nas noites dos domingos e sextas-feiras, tido como um programa de humor que procura estabelecer seus índices de audiência por meio de uma forma escrachada de ser.

² “*O Império do Grotesco*” de Muniz Sodré e Raquel Paiva procura estabelecer de forma clara uma conceituação do grotesco como estética da tensão entre o estado fronteiro dos humanos e os animais e, depois, a sua relação com as diversas formas televisivas e veículos que buscam o entretenimento como uma indústria sem escrúpulos.

O *Bufão da Corte* também é outra situação muito próxima do que vem a ser o *grotesco*, pois a maior característica é o escracho da vida alheia ou própria para criar uma situação risível, transformando o trágico em comédia.

Nesse sentido afirmam Muniz Sodré e Raquel Paiva: “O *bufão* é a inversão do rei, o *grotesco* é o belo de cabeça para baixo – é uma espécie de catástrofe do gosto clássico”³.

O grotesco quase sempre é vinculado ao disforme, ao estranho, e por aquilo que apresenta algo “agradavelmente ridículo”⁴. É claro que a forma histórica de utilização da expressão “*Grotesco*” também apresenta e apresentou outros aproveitamentos para qualificar situações da arte apresentada por seres híbridos (homem-cavalo, homem-leão), na composição dos elementos, a transgressão às leis da natureza, da cultura e da proporção, etc.

“A resposta imediata é o que a estética tem chamado de *grotesco*”⁵. Em ambos os casos, temos a exibição irrisória de pequenas aberrações humanas, exposição ao ridículo, e pessoas seduzidas por pequenos instantes escrachados de visibilidade pública, arrancando risos ou quem sabe dizer que apenas se assemelham às sensações chamadas de *catarse*⁶ e que são observadas como respostas dos espectadores.

O comum nesses casos é a figura do rebaixamento, tida como fenômeno de desarmonia do gosto ou *disgusto*. Geralmente a idéia do grotesco está ligada ao fato de transformar o que praticamente poderia ter uma estética positiva, tido como ideal pelo homem comum, em algo negativo, apoderando-se das possíveis arestas, rebarbas de um modelo estético, contaminando o todo com um tom sarcástico.

³ *O império do Grotesco* – Muniz Sodré e Raquel Paiva, pág. 28.

⁴ *O império do Grotesco* – Muniz Sodré e Raquel Paiva, citação 9 - pág. 30.

⁵ *O império do Grotesco* – Muniz Sodré e Raquel Paiva, pág. 15.

⁶ *Catarse* é a palavra que alude à Aristóteles na *Arte Poética*, que tem principal definição a qualificação das emoções em razão da reação provocada por situação limítrofe entre a piedade e o terror.

O Grotresco é “*um tipo de criação que às vezes se confunde com as manifestações fantasiosas da imaginação e que quase sempre nos faz rir*”⁷, afirmação que nos faz lembrar dos típicos desenhos do personagem *Pica-Pau*, sempre se encaminham ao encontro do personagem o seu lado sarcástico, profano de ser, e o seu lado sagrado, do bem, o herói, em que ambos terminavam por entrar em choque pela competição de apenas ter um vencedor como manipulador da mente do indivíduo. O ser humano parece ter estes momentos de dispersão da bondade e o embarque nestas “*viagens*” insólitas ao mundo profano, passando por cima de qualquer valor moral para o eventual ganho com gargalhadas esrachadas sobre a desgraça alheia.

No Brasil, Muniz Sodré e Raquel Paiva procuram, também, retratar antigos programas de televisão que buscavam a utilização de coisas esdrúxulas, ou seja, os primórdios da televisão brasileira, ou quem sabe dizer os precursores deste tipo de programação.

Por volta das décadas de 60 e 70 a sociedade brasileira já era abordada por programas de televisão como Silvio Santos, Jacinto Figueira Júnior, Chacrinha, que tratavam os espectadores e os telespectadores com uma dose de humor forçado pelas as aberrações humanas, as deformidades, as deficiências alheias. Silvio Santos sempre com seu estilo debochado de apresentar o programa, explorando a timidez de seus convidados ou dos concorrentes de seu programa de TV. O apresentador Jacinto Figueira Junior⁸ explorava o mundo cão com suas reportagens “policiais”. Chacrinha dava um abacaxi ou uma “bacalhoadá” na cabeça dos aspirantes a cantores em seu programas expulsando-os sem qualquer tipo de pudor quando se apresentavam de forma ruim. Ainda exploravam as formas físicas de magreza do ajudante de palco *Russo* que quase sempre utilizava como vestimenta uma fraudada de criança recém nascida e com uma enorme chupeta pendurada em seu peito.

Na maioria das vezes a matéria-prima para o sucesso do programa é a infelicidade alheia, a mendicância, as deformidades físicas, etc.

⁷ *O império do Grotresco* – Muniz Sodré e Raquel Paiva, pág. 19.

⁸ O apresentador era conhecido como o “*O homem do sapato branco*” em suas crônicas de repórter policial.

Em meados da década de 90 temos outros tipos de programas de televisão que exploram com este mesmo formato:

- **Domingão do Faustão**⁹
- **Programa do Ratinho**¹⁰
- **Boa Noite Brasil e Sabadaço**¹¹
- **Domingo Legal**¹²

⁹ É um programa de auditório dominical exibido pela Rede Globo. Está no ar desde 26 de março de 1989, um domingo de Páscoa, comandado pelo apresentador Fausto Silva, o Faustão. Há entrevistas com atores da Rede Globo (é uma imposição contratual) e cantores, assim como atrações populares em vários quadros. Na parte final, há a apresentação das tradicionais videocassetadas. A competição pela audiência causou alguns dos maiores escândalos da televisão brasileira. Faustão apresentou o caso do Latininho (um deficiente físico apresentado como imitador do cantor Latino); ou do Sushi erótico, no qual um ator comia o prato japonês em cima de uma modelo nua. *Retirado de* "http://pt.wikipedia.org/wiki/Programa_do_Ratinho".

¹⁰ “**Programa do Ratinho** é o nome do programa que o apresentador Ratinho faz no SBT desde 1998. O programa ficou famoso por seu estilo circense, com uma trupe que fazia palhaçadas, com os seguintes participantes: Sombra, Rodela, Marquito, Azeitona, Carçoço, Bola Sete, Bailarino - Clau (Robson Duarte), Santos - Lu -(Iran Thieme), Xaropinho e Tunico (marionetes), Joaquim e Tatu. Nele se misturavam reportagens informativas (denúncias, explicações de problemas populares) com apelações puras (exibição de portadores de doenças graves, alongamento de pênis, etc.), assim como havia também a promoção do reencontro de parentes que não se viam há décadas e os conhecidos testes de DNA, onde as pessoas brigavam para provar ou confirmar a paternidade. *Retirado de* "<http://pt.wikipedia.org>".

¹¹ Programas apresentados pelo comunicador Gilberto Barros – Leão, nas noites de terças às quintas-feiras (Boa noite Brasil), e nas tardes dos sábados (Sabadaço) na TV Bandeirantes. Seguindo o mesmo formato dos outros programas, tem a característica de explorar assuntos polêmicos, assim como um grande apelo de cunho sexual, por apresentar em *close up* os dotes femininos das modelos que dançam em seu programa.

¹²Gugu Liberato, é o nome artístico de Antônio Augusto de Moraes Liberato.(...)Ele passou a comandar vários programas como: Passa ou Repassa, Cidade Contra Cidade, TV Animal, Programa de Vídeos, Corrida Maluca, Nações Unidas. Depois do sucesso do grupo Menudo, que apareceu no seu programa, lançou grupos musicais brasileiros do mesmo formato, como Dominó e Polegar, se tornando um empresário de sucesso com sua produtora independente GGP, que é responsável pela gravação de comerciais, programas e séries. Mas o maior sucesso veio a partir de 17 de janeiro de 1993, com o programa Domingo Legal, criado para combater o Domingão do Faustão da Rede Globo, na briga pelo primeiro lugar na audiência televisiva aos domingos, mesclando jornalismo e variedades, conseguindo, por algum tempo, superá-lo. Em 7 de setembro de 2003 o programa Domingo Legal, do SBT, apresentado por Gugu Liberato, foi palco de um grande escândalo do jornalismo nacional ao exibir uma entrevista com dois supostos integrantes do Primeiro Comando da Capital (PCC), dentro de um ônibus, por um repórter do Programa do Ratinho. Os dois supostos bandidos fizeram ameaças ao vice-prefeito de São Paulo Hélio Bicudo e a três apresentadores de programas policiais: José Luiz Datena, da Rede Bandeirantes; Marcelo Rezende, que ancorava o antigo Repórter Cidadão da RedeTV!; e o comentarista de futebol (então no Cidade Alerta da Rede Record) Oscar Roberto Godói. Os supostos integrantes do PCC também assumiram a tentativa de seqüestro do padre Marcelo Rossi, fato ocorrido uma semana antes. No dia seguinte, a polícia, o Ministério Público, os apresentadores e o vice-prefeito pediram investigações sobre os supostos integrantes do PCC. Nos dias seguintes intensifica-se a impressão de que tudo teria sido uma farsa, até que um comunicado do PCC, divulgado pela imprensa na mesma semana, nega ter ameaçado apresentadores e o vice-prefeito, dizendo que dois homens não eram do grupo. Em 15 de setembro, ao ser entrevistado por Hebe Camargo, Gugu reafirma que o vídeo do PCC é verdadeiro. Porém, no dia 17, a polícia conclui que o vídeo havia sido falsificado, com a identificação dos falsos membros do PCC e o envolvimento da produção do Domingo Legal, por ter contratado um certo Barney para recrutar os dois homens que eram da camada "classe baixa da sociedade". A produção improvisou dentro do ônibus a entrevista que, segundo ex-funcionários do SBT e a polícia, foi feita no estacionamento da emissora. Barney acusou a produção e Gugu de serem mentores da fraude para prejudicá-lo. Como consequência, é tirado do ar por uma semana o Domingo Legal no dia 21, sendo substituído pelo Programa do Ratinho. Entre outubro a dezembro os

Podemos perceber que estes programas são de cunho apelativo, tendo como base para seus formatos às características típicas da *Teoria do Grotesco*.

O império do grotesco e o programa Pânico na TV!

O programa “Pânico na TV!” surgiu há 11 anos na rádio Jovem Pan, com um grupo de apresentadores prontos para debocharem de tudo e de todos. Todos os dias há um entrevistado. **“Não acho o ‘Pânico’ um programa de humor como é a ‘Praça é Nossa’, por exemplo. Temos mais a linha do escrachado sem lógica.”** diz Emílio Surita, diretor do programa. O *Pânico* da rádio Jovem Pan começou por brincadeira: Emílio Surita e Bola atendiam aos ouvintes de forma irreverente e o estilo acabou virando formato de programa. Com o tempo, novos personagens foram incorporados ao grupo, hoje composto por sete pessoas e uma "musa", Sabrina Sato. Sabrina é nascida em Penápolis, interior de São Paulo, se destacou após seu aparecimento e permanência no programa Big Brother Brasil, ganhando visibilidade e fãs pelo seu jeito carismático e simples de ser. Após esta trajetória, foi convidada para ser integrante da trupe do programa Pânico na TV.

O *Pânico na TV!* estreou na RedeTV! no dia 28 de setembro de 2003, e em pouco tempo, se tornou sucesso dos domingos na tevê. Com um número de ouvintes estimado em 17 milhões, distribuídos pelas 749 cidades brasileiras nas quais a atração é ouvida, já havia certa expectativa de que funcionasse, também, na tv (dados do site: www.redetv.com.br – 23.04.2006).

O Pânico na TV! materializou o humor das ondas do rádio da trupe, mostrando para o telespectador toda a irreverência dos personagens. Tudo ao vivo e diante de uma platéia de 150 pessoas, dispostas em um cenário em formato de arena, que interage com os apresentadores e participantes da atração. Antes da estréia, as câmeras já não eram novidade para o grupo porque, em setembro de 2002, eles inauguraram o primeiro

envolvidos, inclusive Gugu, foram depor na delegacia por causa dessa fraude. Gugu, sua produção e o SBT foram processados várias vezes (por apresentadores, pelo vice-prefeito e pela Comissão de Ética Jornalística). O escândalo prejudicou a imagem do SBT, tanto por telespectadores como por anunciantes da emissora. Isso levou também ao declínio do Domingo Legal e, conseqüentemente, elevou a audiência do Domingo do Faustão e do recém-lançado Pânico na TV da Rede TV!. Até hoje o processo contra o SBT tramita na justiça. Retirado de "<http://pt.wikipedia.org>".

estúdio multimídia do Brasil, dentro da Rádio Jovem Pan, permitindo que os internautas assistam ao Pânico. O projeto para a tevê foi desenvolvido 2 anos antes da estréia, pelo dono da Jovem Pan, Antonio Augusto Amaral de Carvalho Filho (Tutinha) e a diretora do programa na rádio, Renata Neves-Molliet. Vários quadros da rádio foram adaptados para o vídeo. Os sete marmanjos que compõem o grupo de humoristas contam com a beleza, o charme e o jeito ingênuo de Sabrina Sato, eleita a musa do Pânico. Criatividade e espontaneidade marcam os 90 minutos de programa, com quadros fixos e outros que surgem a cada semana. As sátiras, trotes, comentários de notícias, matérias fora do estúdio como invasões em festas ou abordagens de pessoas nas ruas, entram a qualquer momento. Imagens do programa na rádio também são usadas na tevê.(site: www.redetv.com.br – 23.04.2006).

Essa é a auto-descrição do programa. Diretamente ou indiretamente, não apenas a privacidade, mas provavelmente também a imagem pública das pessoas envolvidas com essa espécie de sátira é profanada.

Sendo assim, a análise desse objeto nos parece relevante visto que é um formato que explora em alguns quadros a vida pública com certa agressividade e que tem gerado muita controvérsia. É preciso entender, as causas que levam a colocar um programa de TV em capa de revista (capa em anexo), no caso a revista Veja (1º de dezembro de 2004), em que os humoristas arrancam gargalhadas ao fazerem imitações hilárias, piadas de péssimo gosto e principalmente se ocupam de constranger famosos. A franqueza ríspida com que tratam celebridades e aspirantes ao estrelato é de paralisar qualquer telespectador, ou de fazê-lo cair em gargalhadas.

A repercussão desse quadro do programa na TV é enorme. Segundo a Veja São Paulo (1º de dezembro de 2004):

Rodrigo Scarpa, o tal Repórter Vesgo, já pediu a Paulo Maluf a senha de uma suposta conta na Suíça, que o ex-prefeito nega ter, para comprar um terno novo. Numa outra ocasião, quando encontrou Marília Gabriela, sugeriu à jornalista que mandasse um beijo para o filho. Ela perguntou para qual deles e ouviu na lata: “Para o Reynaldo Gianecchini!” A turma não foi menos perversa ao desafiar a apresentadora Luciana Gimenez a montar um quebra-cabeça infantil. “levo as brincadeiras numa boa”, diz Luciana, invariavelmente questionada pela trupe sobre quanto é 7 vezes 8. “Se você se incomodar, aí é que eles pegam no pé mesmo.

Notícias envolvendo os problemas gerados pelo programa e seus apresentadores são comuns. Segundo a reportagem da *Folha On line*:

Netinho de Paula agride Repórter Vesgo com soco e terá de depor à polícia

O apresentador Netinho de Paula agrediu com um murro ontem à noite o humorista Rodrigo Scarpa, mais conhecido como Repórter Vesgo, do "Pânico na TV" (Rede TV). A agressão foi filmada pela equipe do programa.

A agressão ocorreu em São Paulo, na entrega do prêmio Raça Negra, que também marcou a inauguração da TV da Gente, canal UHF destinado ao público negro. Netinho de Paula, que também é apresentador da Record, agrediu o humorista da Rede TV com um soco no rosto, que sangrou e segue inchado nesta segunda-feira. A agressão ocorreu de surpresa. Vesgo estava entrevistando Netinho. Durante o pingue-pongue, fez uma de suas famosas perguntas de duplo sentido: "E aí, Netinho, quer dizer que você vai abrir seu canal pra todo mundo?"

Imediatamente, Netinho disparou um soco no rosto de Scarpa. Acertou o ouvido. Amparado pela produção, Vesgo foi retirado de perto do apresentador, que continuava a xingá-lo e chamá-lo para a briga. "Isso aqui é festa de 'mano', não de playboy", berrava Netinho, descontrolado.

Scarpa registrou B.O. no 36º DP (Vila Mariana) e fez exame de corpo de delito no IML.

A agressão complica a situação de Netinho de Paula. Ele já foi acusado em fevereiro último de espancar a mulher, a decoradora Sandra Mendes de Figueiredo Crunfli. Após a agressão, Netinho chegou a ser impedido pela Justiça de entrar em sua casa, em Alphaville (Grande SP).

Um ano atrás, Scarpa também foi agredido com um soco pelo ator Victor Fasano (Globo), durante um evento no Rio.

Netinho não foi localizado nesta segunda-feira para comentar a agressão e suas eventuais conseqüências. (Ricardo Feltrin – Colunista da Folha Online)

Com poucos exemplos conseguimos evidenciar a exposição de pessoas ao ridículo, imputação falsa de crime, interferência na vida privada das pessoas, e por aí vão os atos dos comediantes, sempre agindo sob o objetivo expresso do "humor". Maria Elisa Cevalco¹³ faz uma boa colocação quanto ao aspecto da comunicação e a sociedade de consumo: "*Nossas práticas sociais são moldadas pelas relações regidas por um sistema de produção que privilegia lucro em detrimento do valor humano*" (Maria Elisa Cevalco, 2003:167). Em um mesmo sentido, a autora contribui com uma outra afirmação que revela a essência das razões da audiência que privilegia bolinar com as pessoas públicas, vejamos: "*O movimento que rege a organização de uma sociedade voltada para o lucro e para o consumo não deixa lugar para a convivência pacífica das diferenças*" (CEVASCO, 2003:169).

Em outros quadros do programa são exibidas, ainda, cenas semelhantes a um seriado de televisão americana chamada "Jackass", cujo nome é apelido de seu apresentador Johnny Knoxville, e que em inglês significa "burro". Jackass é o **programa de maior sucesso** da MTV norte-americana, e que consiste em cenas de situações em que, por exemplo, "um

¹³ Dez lições sobre estudos culturais. Maria Elisa Cevalco.

sujeito enche uma piscina infantil com fezes de elefante e mergulha nela; ou coloca um pé-de-pato e um óculos de natação e pula em rede de purificação de esgoto onde os pedaços de dejetos flutuam na água”. Já na versão brasileira esse programa gera o quadro *Hora da morte* do Pânico na TV, em que pessoas fantasiadas de *Senhor Morte*, quebravam estabelecimentos comerciais; agrediam pessoas; agrediam-se; arrancavam as roupas das pessoas em plena praia, deixando suas genitálias à mostra, e outras situações adversas.

Podemos perceber que por inúmeras vezes as pessoas denominadas como “*celebridades*”, encontram problemas, dos menores aos maiores, em suas vidas cotidianas, quando se trata da profanação de suas imagens. Imagens que podem estar em crise quando são exploradas com péssimo gosto ou de forma esdrúxula pelos veículos de comunicação.

Com essa interferência na intimidade das pessoas públicas, ou seja, a invasão da esfera pública na esfera privada pode-se atingir uma das coisas de maior valor profissional que é a sua imagem pública, que é capitalizada por eles. Este tipo de situação pode abalar a estrutura profissional, provocar uma crise de valores e de conceitos de comportamento dentro das estruturas de grupos, especialmente os jovens, audiência principal do programa.

Contemporaneamente fica evidente ao analisar as interpretações de Hannah Arendt (2001) e Habermas (1984) que há nas sociedades midiaticizadas uma inversão entre o que é esfera pública e o que é esfera privada, que dentro destes conceitos evolutivos, dos processos humanos de transformação para se alcançar as atuais definições destas premissas, nos provoca certa confusão à respeito do que seria uma consideração adequada ao “**o que é público**” e ao “**o que é privado**”, face à perda e a profanação dos espaços privados, fazendo com que a base dessas estruturas fiquem extremamente abaladas, provocando a perda dos sentidos de direção e até mesmo de princípios morais vigentes em determinadas sociedades, no que tange às duas esferas. Com isso, temos a

confusão em determinar o que é público e o que é privado, conseqüência direta desse *voyeurismo* agressivo.

Neste caso, temos o programa “*Pânico na TV!*” que explora este lado sombrio, grotesco, que se aproveita da fama alheia para provocar um verdadeiro escárnio nas vidas das celebridades. A *teoria do grotesco* é tida como categoria estética cuja temática ou cujas imagens privilegiam, em seu retrato, análise, crítica ou reflexão, o disforme, o ridículo, o extravagante; o que se presta ao riso ou à repulsa por seu aspecto inverossímil, bizarro, estapafúrdio ou caricato.

A imagem fílmica tem como principal característica mostrar a realidade nua e crua. O programa *Pânico na TV!* utiliza-se deste artifício no quadro *Silvio e Vesgo* quando quer fazer com que o telespectador tenha a impressão de fazer parte da cena. “*A imagem fílmica, portanto, é antes de tudo realista, ou, melhor dizendo, dotada de todas as aparências (ou quase todas) da realidade.*” (MARTIN, 2003:22). Ainda, neste mesmo sentido, acrescenta:

A imagem fílmica suscita, portanto, no espectador, um sentimento de realidade bastante forte, em certos casos, para induzir à crença na existência objetiva do que aparece na tela. Essa crença, essa adesão, vai das reações mais elementares, nos espectadores virgens ou pouco evoluídos, cinematograficamente falando(...) (MARTIN, 2003:22).

As técnicas de imagem, de alguma forma, são utilizadas para dar realismo, quanto mais, melhor. As mesmas técnicas são utilizadas em programas de televisão, em chamadas jornalísticas, etc.

Embora o programa *Pânico na TV!* seja de deboche, de humor negro, existe esta junção do humor com esta vontade de dar realismo aos casos apresentados que envolvem celebridades.

Aproveitando-se dos ângulos de filmagem, o programa também usa de artifícios quando quer causar impacto nas cenas em que envolvem celebridades que apresentam excesso

de generosidade e humildade, ou faltam com esses adjetivos. No primeiro caso, utilizam-se do *contra-plongée* como forma de dar “(...) geralmente uma impressão de superioridade, exaltação e triunfo, pois faz crescer os indivíduos e tende a torná-los magníficos, destacando-os (...)” (MARTIN, 2003:41). No segundo caso, a *plongée* é utilizada, com a intenção de diminuir os indivíduos, talvez, dependendo do contexto, quando estes apresentam falsa-modéstia, pusilanimidade, e outras características pejorativas.

Este não é o único programa escatológico dos meios de comunicação brasileiro, depois de reapreciarem a primeira onda do grotesco nas programações das décadas de 1960 e 1970 (Chacrinha, Sílvio Santos, Flávio Cavalcanti, Raul Longras, Hebe Camargo), Muniz Sodré e Raquel Paiva demonstram como a supremacia mercadológica da TV *popularesca* se consolidou nos últimos anos, em programas como o de Ratinho e Leão e nos *reality shows* (Casa dos Artistas e Big Brother Brasil).

Podemos perceber por estas apresentações históricas de que o aproveitamento da vida alheia como meio de criar audiência tem seus precedentes no passado da TV brasileira, e que pode estar sugerindo uma nova tendência em voltar à exploração destes formatos de programas como vemos no Pânico na TV.

Conclusão

Na intenção de melhor entender as novas tendências dos programas televisivos brasileiros, pode ser verificado que existe uma nova prática de compor, de emaranhar as técnicas da comunicação, aproveitando-se de todos os artifícios na concorrência televisiva de audiência, muitas vezes não se importando com a qualidade do que é oferecido.

Os primórdios da comunicação são substituídos nos tempos modernos por uma estrutura “*incomunicacional*”. A nova era da “*incomunicação*”, onde o que se privilegia é a venda de produtos, usando o produto escatológico dos programas, como engodo para a venda de produtos nos intervalos com as propagandas comerciais.

Bibliografia

ARENDDT, Hannah. *A condição Humana*. 10ª ed. Editora Forense Universitária, 2005.

CEVASCO, Maria Elisa. *Dez lições sobre estudos culturais*. Editora Boitempo Editorial, 2003.

HABERMAS, Jurgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. 2ª ed. Editora Tempo Brasileiro, 2003.

MARTIN, Marcel. *A linguagem cinematográfica*. Editora Brasiliense, 2003.

KAYSER, Wolfgang. *O Grotesco: configuração na pintura e na literatura*. Editora Perspectiva, São Paulo, 1986.

Revista Veja São Paulo. *Só dá eles*. Editora Abril – São Paulo, 1º de dezembro de 2004.

SODRÉ, Muniz e PAIVA, Raquel. *O Império do Grotesco*. Mauad, Rio de Janeiro, 2002.