

FACULDADE DE DIREITO DE VITÓRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITOS E GARANTIAS
FUNDAMENTAIS
MESTRADO EM DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS

BRENDA FIGUEIREDO LIMA

**LUZ, CÂMERA, AGRESSÃO: A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA
DA REDE GLOBO EM CASOS DE VIOLAÇÕES A DIREITOS HUMANOS
FUNDAMENTAIS NO BBB**

VITÓRIA
2023

BRENDA FIGUEIREDO LIMA

**LUZ, CÂMERA, AGRESSÃO: A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA
DA REDE GLOBO EM CASOS DE VIOLAÇÕES A DIREITOS HUMANOS
FUNDAMENTAIS NO BBB**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Direitos e Garantias Fundamentais da Faculdade de Direito de Vitória como requisito para obtenção do título de Mestre em Direitos e Garantias Fundamentais.

Orientador: Prof. Doutor Américo Bedê Freire Junior.

VITÓRIA
2023

BRENDA FIGUEIREDO LIMA

**LUZ, CÂMERA, AGRESSÃO: A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA
DA REDE GLOBO EM CASOS DE VIOLAÇÕES A DIREITOS HUMANOS
FUNDAMENTAIS NO BBB**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Direitos e Garantias Fundamentais da Faculdade de Direito de Vitória como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Direito e Garantias Fundamentais.

Aprovada em 15 de fevereiro de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Américo Bedê Freire Júnior
Faculdade de Direito de Vitória
Orientador

Prof. Dr. Daury Cesar Fabríz
Faculdade de Direito de Vitória

Prof. Dr. Ricardo Gueiros Bernardes Dias
Universidade Federal do Espírito Santo

“A televisão me deixou burro, muito burro demais
Agora todas coisas que eu penso me parecem iguais
O sorvete me deixou gripado pelo resto da vida
E agora toda noite quando deito é boa noite, querida

Oh Cride, fala pra mãe
Que eu nunca li num livro que o espirro fosse um vírus sem cura
Vê se me entende pelo menos uma vez criatura
Oh Cride, fala pra mãe

A mãe diz pra eu fazer alguma coisa, mas eu não faço nada
A luz do sol me incomoda, então deixa a cortina fechada
É que a televisão me deixou burro, muito burro demais
E agora eu vivo dentro dessa jaula junto dos animais

Oh Cride, fala pra mãe
Que tudo que a antena captar meu coração captura
Vê se me entende pelo menos uma vez criatura
Oh Cride, fala pra mãe

A mãe diz pra eu fazer alguma coisa, mas eu não faço nada
A luz do sol me incomoda, então deixa a cortina fechada
É que a televisão me deixou burro, muito burro demais
E agora eu vivo dentro dessa jaula junto dos animais

E eu digo: Oh Cride, fala pra mãe
Que tudo que a antena captar meu coração captura
Vê se me entende pelo menos uma vez criatura
Oh Cride, fala pra mãe”

Televisão - Titãs

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me acolher e me guiar até aqui.

Aos meus pais, Marinei e Vicente, por nunca medirem esforços para realizar os meus sonhos.

Ao meu irmão Miguel, meu vôzinho João e minha família, por terem sido lar e abrigo.

Aos meus amigos que o mestrado me presenteou, sem vocês o caminho seria impossível, em especial, Cláudia, Lara, Livia, Mariana, Andreia, Bruna, Elisângela e Vladimir.

Aos meus amigos que me ajudaram ativamente nessa fase e foram um bálsamo para os dias mais complicados, Beatriz, Camila, Eduardo, Leticia e Rebeka.

A todos os meus amigos que tiveram paciência com minha ausência e me presentearam com presença quando mais precisei, Cláudia Pedrosa, Fernanda, Glaucia, Jéssika, Leonardo, Ludmilla, Pauline e Shelly.

Ao Duquinho e *in memoriam* a Nina e ao Léo, por serem meus fiéis companheiros nas madrugadas de estudos.

Um agradecimento especial ao Tadeu Uggere por ter despertado meu interesse na vida acadêmica.

Ao meu orientador, Américo Bedê, por me auxiliar nessa caminhada com muita paciência, sabedoria e por ter tornado esse sonho possível.

A todos os professores que expandiram meus conhecimentos e de quem tive o privilégio de ser aluna, Adeodato, César, Coura, Daury, Elda, Gilsilene e Nelson

RESUMO

O presente estudo tem por objeto a violação de direitos humanos entre participantes do programa *Big Brother Brasil – BBB*, transmitido pela maior emissora de televisão aberta no Brasil (Rede Globo). Apesar de ser um fenômeno um tanto comum desde que os *reality shows* foram criados, com todas as suas particularidades - o fato de serem transmitidos e acompanhados pelo público de forma ininterrupta e a ausência de roteiro, o Direito ainda titubeia quanto à resposta adequada a esse tipo de situação. Isto é, se seria cabível exigir algo daqueles que transmitem (e lucram com) a programação em análise, sobretudo nos canais de amplo acesso. Com isso, o problema que se coloca é: a emissora Rede Globo tem a obrigação jurídica de intervir imediatamente frente aos casos de violação aos Direitos Humanos Fundamentais que ocorrem dentro do programa *Big Brother Brasil*, em se tratando de atitudes praticadas entre os participantes? Consideram-se a Teoria dos Direitos Humanos Fundamentais e a Teoria da Responsabilidade Social Corporativa, bem como os Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos concebidos pela ONU, conjugados aos estudos de Pierre Bourdieu sobre o poder simbólico da televisão. Pelo método dedutivo, a hipótese trabalhada é a de ser plausível a incidência dos Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos da ONU como forma de compelir as empresas televisivas a intervirem durante a realização do programa em situação de violação a Direitos Humanos Fundamentais, considerando o aspecto socioeducativo das emissoras determinado pela Lei Maior. Compreende-se, ainda, a necessidade de uma norma regulamentadora que abarque esse tipo de situação. Pelo método dedutivo, chega-se à conclusão de que, de fato, a televisão, meio comunicativo de notável relevância até os dias atuais, deve conduzir o seu crédito e ingerência sobre os cidadãos no sentido do aperfeiçoamento da democracia, em cumprimento de seu papel social constitucionalmente estabelecido.

Palavras-chave: *Reality Show. Big Brother Brasil*; Direitos Humanos Fundamentais; Princípios Orientadores Sobre Empresas e Direitos Humanos da ONU; Responsabilidade Social Corporativa; Função Social das Emissoras de Canal Aberto no Brasil.

ABSTRACT

The subject of this study is the violation of human rights among participants of the program Big Brother Brazil - BBB, broadcast by the largest open television network in Brazil (Rede Globo). Despite being a somewhat common phenomenon since reality shows were created, with all their particularities - the fact that they are broadcast and followed by the public uninterruptedly and the absence of a script, the Law still hesitates as to the appropriate response to this type of situation. That is, whether it would be reasonable to demand anything from those who broadcast (and profit from) the programming under analysis, especially on channels with broad access. With this, the problem that arises is: does the network Rede Globo have a legal obligation to intervene immediately in cases of violation of fundamental human rights that occur within the Big Brother Brazil program, in terms of attitudes practiced among the participants? We consider the Theory of Fundamental Human Rights and the Theory of Corporate Social Responsibility, as well as the Guiding Principles on Business and Human Rights conceived by the UN, combined with the studies of Pierre Bourdieu on the symbolic power of television. By the deductive method, the hypothesis is that the UN Guiding Principles on Business and Human Rights are plausible as a way to compel television companies to intervene during the program in situations of violation of fundamental human rights, considering the socio-educational aspect of broadcasters as determined by the Constitution. It is also understood the need for a regulatory norm that covers this type of situation. By the deductive method, we reach the conclusion that, in fact, television, a means of communication of notable relevance until today, should conduct its credit and interference on citizens towards the improvement of democracy, in compliance with its constitutionally established social role.

Keywords: Reality Show; Big Brother Brazil; Fundamental Human Rights; UN Guiding Principles on Business and Human Rights; Corporate Social Responsibility; Social Function of Broadcasting Companies in Brazil.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 DIREITOS HUMANOS FUNDAMENTAIS E PRINCÍPIOS ORIENTADORES SOBRE EMPRESAS E DIREITOS HUMANOS DA ONU	13
1.1 DE QUEM É A RESPONSABILIDADE PELA DEFESA/PROTEÇÃO DOS DIREITOS HUMANOS FUNDAMENTAIS?	14
1.2 PRINCÍPIOS ORIENTADORES SOBRE EMPRESAS E DIREITOS HUMANOS – ONU	18
2 TEORIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA OU EMPRESARIAL	24
2.1 O CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E SUAS IMPLICAÇÕES.....	24
2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E DIREITOS HUMANOS FUNDAMENTAIS NO CAPITALISMO GLOBALIZADO	33
3 TELEVISÃO NO BRASIL: PREVISÕES LEGISLATIVAS, FUNÇÃO SOCIAL E REALITY SHOWS	37
3.1 REGULAMENTAÇÃO DOS SERVIÇOS DE RADIODIFUSÃO NO BRASIL.....	38
3.2 A FUNÇÃO SOCIAL DAS EMISSORAS DE TELEVISÃO	44
3.3 <i>REALITYS SHOWS</i> E SEU PODER DE INFLUÊNCIA SOBRE AS MASSAS....	51
4 CASOS DE VIOLAÇÕES A DIREITOS HUMANOS FUNDAMENTAIS EM REALITY SHOWS NO BRASIL	61
4.1 CASO DE HOMOFOBIA ENTRE PARTICIPANTES NO BBB 10	62
4.2 SUPOSTO CASO DE ESTUPRO DE VULNERÁVEL OCORRIDO NO BBB12..	65
4.3 CASO DE SUPOSTA AGRESSÃO FÍSICA E PSICOLÓGICA ENTRE CASAL NO BBB 17	69
4.4 CASO DE RACISMO NO BBB 21	73
4.5 CASO DE TRANSFOBIA DENTRO DO BBB22.....	77

5 A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA DA REDE GLOBO FRENTE ÀS VIOLAÇÕES DE DIREITOS HUMANOS FUNDAMENTAIS NO BBB	81
5.1 POSICIONAMENTOS JURÍDICOS FIRMADOS ACERCA DOS PRINCÍPIOS ORIENTADORES PARA EMPRESAS E DIREITOS HUMANOS (ONU) NO BRASIL	82
5.2 CASO ANALÓGO DE VIOLAÇÃO DENTRO DE <i>REALITY</i> SHOW E A POSIÇÃO DAS EMPRESAS PATROCINADORAS	86
5.3 DA NECESSIDADE DA REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA	94
CONCLUSÃO	97
REFERÊNCIAS.....	100

INTRODUÇÃO

A televisão aberta faz parte da cultura brasileira, com programas que marcam gerações e que, apesar de estigmatizados, são capazes de “demonstrar o conteúdo comportamental da sociedade” (TURATTI JUNIOR; 2019, p. 72), tais como “Cassino do Chacrinha”, “Chico Anysio Show”, “Viva o Gordo”, “Os Trapalhões”, e “A praça é Nossa”. Outras atrações vão se reinventando e continuando a ser sucesso de audiência, como as novelas, os programas de auditório e os *reality shows*.

Essas atrações televisivas têm um impacto tão grande na sociedade que lançam tendências de moda e comportamento, expressões linguísticas (“gírias”) e são alvo de empresas que patrocinam esses formatos em troca da divulgação e exposição de suas marcas e/ou produtos.

A Constituição Federal de 1988, em seu artigo 221, trata da função social das emissoras de televisão, incluindo finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, e dos princípios e valores éticos e sociais da pessoa e da família que devem ser observados.

Vale lembrar que as emissoras de televisão aberta no Brasil, por exemplo, Rede Globo, Record e SBT, apesar de serem de propriedade privada, têm o direito de transmissão via concessão pública e pertencem ao povo brasileiro. Portanto, a grade televisiva deve ser pensada e produzida para atender às demandas da sociedade brasileira e não apenas visando à obtenção de lucro.

Os chamados *reality shows* surgiram no ano 1992 nos Estados Unidos da América, produzidos pela emissora MTV. São programas com a proposta de mostrar amplamente a convivência de pessoas reais em situações manipuladas. Esse formato ganhou bastante adesão do público brasileiro a partir dos anos 2000, mobilizando multidões, verdadeiras “torcidas organizadas” em nome do concorrente favorito de cada um.

Os *reality shows* são considerados formatos televisivos com a finalidade de gerar entretenimento para o público, bem como render lucro para a emissora através dos patrocínios de marcas que se beneficiam dos altos índices de audiência que esses programas atingem, sendo o *Big Brother Brasil* (BBB), disparadamente, o programa com maior audiência desse segmento.

Nos últimos anos, edições sucessivas do BBB vêm acompanhadas de diversas situações de potencial ofensa aos Direitos Humanos Fundamentais entre os participantes, o que é utilizado pela direção apenas como um mecanismo para alavancar ainda mais a audiência do programa. Atinge-se alto engajamento nas redes sociais, local em que o público clama para que sejam tomadas medidas cabíveis, fazendo com que o assunto seja o mais comentado do *Twitter* e garantindo recorde de espectadores no programa que irá definir o destino do participante violador do Direito Humano Fundamental.

Diante dessa situação, a problemática proposta no presente estudo é: a emissora Rede Globo, que opera na televisão aberta no Brasil, tem a obrigação jurídica de intervir imediatamente frente aos casos de violação aos Direitos Humanos Fundamentais que ocorrem no *reality show Big Brother Brasil*, em se tratando de atitudes praticadas entre os participantes?

A hipótese sugerida é a de que, em consonância com o que diz a teoria dos Direitos Humanos Fundamentais e a Teoria da Responsabilidade Social Corporativa, entende-se, a princípio, ser plausível a incidência dos Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos da ONU como forma de compelir a empresa televisiva a intervir durante a realização do programa em situação de violação a Direitos Humanos Fundamentais, considerando o aspecto socioeducativo das emissoras determinado pela Constituição Federal.

Para investigar essa questão, no primeiro capítulo, discorre-se sobre a Teoria dos Direitos Humanos Fundamentais, explicando brevemente do que se trata e comentando acerca da responsabilidade do Estado, das corporações e da sociedade pela preservação desses direitos. Analisam-se, ainda, os Princípios

Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos propostos pela ONU e seus desdobramentos e aplicações no Brasil.

No segundo capítulo, abordamos a Teoria da Responsabilidade Social Corporativa (RSC), discorrendo sobre esse paradigma e suas implicações e examinando de que forma estaria relacionada aos Direitos Humanos no capitalismo globalizado. Elencamos alguns exemplos práticos dessa ligação.

No terceiro capítulo, demonstramos a função social das emissoras de televisão aberta no Brasil, estipulada na Constituição Federal de 1988, e as previsões legislativas infraconstitucionais, além de dar um enfoque maior sobre o formato televisivo dos *reality shows* e seu poder de influência sobre as massas à luz dos ensinamentos de Pierre Bourdieu.

No quarto capítulo, analisamos cinco casos de violações a Direitos Humanos Fundamentais que tiveram grande repercussão na internet, noticiados em jornais e revistas eletrônicas, gerando alto engajamento nas redes sociais. As situações foram selecionadas com base nos diferentes desdobramentos que tiveram e o impacto que causaram na Justiça, na sociedade, nos patrocinadores e nas atitudes tomadas pela direção do programa, com a construção de uma linha temporal das ocorrências até o ano de 2022.

No quinto e último capítulo, avaliamos a jurisprudência brasileira que utiliza como embasamento os Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos propostos pela ONU e analisamos como a Responsabilidade Social Corporativa atua junto às emissoras de canal aberto brasileiro frente às violações de Direitos Humanos Fundamentais entre participantes de *reality shows* de modo a obrigar a direção do programa a agir ativamente para cessar ou minimizar a atitude desses participantes e dessas potenciais violações. Defendemos, ainda, a criação de uma lei regulamentadora para esses casos.

O método utilizado é o dedutivo, pois o estudo parte de 5 (cinco) premissas (casos concretos), que, aliados à teoria de base, nesse trabalho, “constituem as premissas

do pensamento racional e deduzidas chegam a conclusões” (DINIZ; SILVA, 2008, p. 6). Logo, o pensamento dedutivo chega “a conclusões formais, já que estas conclusões ficam restritas única e exclusivamente à lógica das premissas estabelecidas” (MEZZARROBA; MONTEIRO, 2004, p. 65).

Para isso, a técnica de pesquisa é qualitativa, pois prioriza “o objeto no contexto de inter-relações” sendo mais interpretativos e compreensivos e se preocupando “com o aprofundamento e a abrangência da compreensão” (MUGRABI, 2010, p. 16), na modalidade de pesquisa documental bibliográfica. A vertente é a jurídico-sociológica, por buscar entender “o fenômeno jurídico num contexto social mais alargado” (MUGRABI, 2010, p. 16), ou seja, se preocupa “com a efetividade dos objetivos dos ordenamentos jurídicos” (MUGRABI, 2010, p. 18).

Os marcos teóricos são a Teoria dos Direitos Humanos Fundamentais e a Teoria da Responsabilidade Social Corporativa, com base nos dizeres, principalmente, dos Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos – ONU, em conjunto com os estudos de Pierre Bourdieu acerca do poder da televisão sobre o comportamento social.

A escolha do tema reflete a preocupação com os conteúdos transmitidos na grade de programas televisivos de emissoras de canais abertos no Brasil e com as mensagens que são disseminadas para a população brasileira, que é amplamente influenciada pelos estímulos e informações recebidas, de modo que o indivíduo não pode ter uma falsa sensação de que violações a Direitos Humanos Fundamentais são aceitas pela sociedade.

1 DIREITOS HUMANOS FUNDAMENTAIS E PRINCÍPIOS ORIENTADORES SOBRE EMPRESAS E DIREITOS HUMANOS DA ONU

Não é possível definir os direitos fundamentais, como não é possível definir amor, tristeza, saudade, enfim, sentimentos, mas é possível, sim, identificar os direitos fundamentais (Américo Bedê Freire Júnior).

No presente estudo, optou-se por adotar o termo “Direitos Humanos Fundamentais”, por considerar-se que Direitos Humanos e Direitos Fundamentais estão intrinsecamente conectados. Esse termo vem sendo utilizado por alguns pesquisadores, como Paulo Bonavides, Américo Bedê Freire Júnior, entre outros.

Perez Luño (1998, p. 46, tradução nossa) conceitua os Direitos Humanos da seguinte forma:

Os direitos humanos são entendidos como um conjunto de faculdades e instituições que, em cada momento histórico, concretizam as exigências da dignidade, da liberdade e da igualdade humana, as quais devem ser reconhecidas positivamente pelos ordenamentos jurídicos a nível nacional e internacional¹.

Destaca-se, assim, que os Direitos Humanos não precisam necessariamente estar positivados em um ordenamento jurídico, e que “não se constituem em meras declarações decorativas” (LUZ; GIACOMOLLI, 2018, p. 103).

No que tange aos Direitos Fundamentais, podemos conceituar como normas e princípios que estão previstos no texto constitucional de um Estado, e que por esse motivo, são compreendidas “como os direitos mais importantes em um determinado ordenamento constitucional” (PEDRA, 2018, p. 9).

Dessa feita, conclui-se que a diferença entre os dois termos é que os Direitos Fundamentais são regulamentados no sistema normativo de um Estado, e os Direitos Humanos, por sua vez, são direitos intrínsecos à dignidade da pessoa humana.

¹ “Los derechos humanos Suelen venir entendidos como un conjunto de facultades e instituciones que, en cada momento histórico, concretan las exigencias de la dignidad, la libertad y la igualdad humanas, las cuales deben ser reconocidas positivamente por los ordenamientos jurídicos a nivel nacional e internacional”.

Nesse sentido, Américo Bedê Freire Júnior (2014, p. 27) explica que a distinção entre os dois se tornou desnecessária, uma vez que “a cláusula de abertura prevista no artigo 5º, §2º da Constituição, a noção de bloco de constitucionalidade e o reconhecimento da inexauribilidade desses direitos a tornam sem efeito prático”.

Por todo o exposto, adota-se, aqui, a expressão Direitos Humanos Fundamentais. Certo é que, no Brasil, os Direitos Humanos e os Direitos Fundamentais coexistem na Constituição Federal, seja de maneira expressa diretamente em algum dispositivo de lei, seja de forma incorporada pelo artigo 5º, §3º da Constituição, que aborda os tratados internacionais de Direitos humanos que passam pelo trâmite especial recebendo o status de emenda constitucional e conseqüentemente, com o mesmo tratamento de um Direito Fundamental.

1.1 DE QUEM É A RESPONSABILIDADE PELA DEFESA/PROTEÇÃO DOS DIREITOS HUMANOS FUNDAMENTAIS?

Paulo Bonavides (2017, p. 590) trata da importância dos Direitos Humanos Fundamentais para todos os povos: “onde quer que eles padeçam lesão, a Sociedade se acha enferma. Uma crise desses direitos acaba sendo também uma crise do poder em toda sociedade democraticamente organizada.”

Assim, considerando o grau de importância dos Direitos Humanos Fundamentais, e a necessidade de constante vigilância para que esses direitos conquistados sejam respeitados e garantidos a todos os seres humanos no planeta, questiona-se: quem tem a responsabilidade pela defesa/proteção desses direitos?

José Gomes Canotilho (2003, p. 105) aduz que os Direitos Humanos Fundamentais “não são apenas um limite do Estado, são também uma tarefa do Estado. Ao Estado incumbe defendê-los e garanti-los. Não apenas um dado a respeitar, são também uma incumbência a realizar (cfr. art. 2º)”.

Há um consenso quanto ao dever do Estado de zelar pelos Direitos Humanos Fundamentais dentro de seu território, seja pela via de medidas afirmativas, seja por meio de condutas negativas.

No âmbito internacional, a Assembleia Geral das Nações Unidas, em de 9 de Dezembro de 1998 aprovou a Resolução 53/144, que adotou a Declaração sobre o Direito e a Responsabilidade dos Indivíduos, Grupos ou Órgãos da Sociedade de Promover e Proteger os Direitos Humanos e Liberdades Fundamentais Universalmente Reconhecidos (BRASIL, 2022).

Nessa declaração, a Organização das Nações Unidas – ONU reafirmou o dever e a responsabilidade que o Estado tem de resguardar os Direitos Humanos, bem como asseverou que “indivíduos, grupos e associações têm o direito e a responsabilidade de promoverem o respeito e o conhecimento dos Direitos Humanos e liberdades fundamentais” (BRASIL, 2022).

Ou seja, o Estado, representado pelo legislativo, tem o dever de elaborar normas capazes de assegurar a proteção e manutenção dos Direitos Humanos Fundamentais; já a sociedade tem o direito de resguardar e lutar por esses direitos. A Convenção Americana sobre Direitos Humanos, em seu artigo 23, assevera a “correlação entre deveres e direitos”. Isso significa dizer que, ao mesmo tempo em que todo ser humano tem direitos, também tem o dever de respeitar e zelar por eles.

A Constituição Federal brasileira garante a defesa dos Direitos Humanos Fundamentais em seus dispositivos 5º ao 17º e no 225. Além disso, o Brasil conta com o Conselho Nacional dos Direitos Humanos – CNDH, que é um “órgão colegiado de composição paritária” que, através de “ações preventivas, protetivas, reparadoras e sancionadoras das condutas e situações de ameaça ou violação” a Direitos Humanos, garante a proteção desses direitos no país (MINISTÉRIO DA MULHER, DA FAMÍLIA E DOS DIREITOS HUMANOS, 2022).

O CNDH foi instituído pela Lei nº 12.986, de 2 de junho de 2014, e, entre as competências do CNDH, está a possibilidade de aplicar sanções, tais como

recomendações a “entidades privadas envolvidas com a proteção dos direitos humanos”, bem como emitir censuras públicas. Dessa norma, pode-se extrair que a responsabilidade pela defesa/proteção dos Direitos Humanos não é apenas do Estado.

Oscar e Scott (2004, p. 50), aduzem que “acima de tudo, o respeito aos Direitos Humanos é responsabilidade de indivíduos”. Os autores explicam que os maiores desrespeitos aos Direitos Humanos ocorrem por falha de um indivíduo, motivo pelo qual estes precisam ter respeito pelos Direitos Humanos, surgindo a obrigação de zelar por eles. Essa obrigação decorre da convivência diária com outros seres humanos, momento em que todo indivíduo é responsável por respeitar e asseverar o zelo pela dignidade humana de outrem.

No mesmo sentido, Luis Dutra e Tamires Gervasoni (2018, p. 343) explicam “o papel do indivíduo enquanto agente transformador da sociedade, como sujeito que poderia concretizar Direitos Humanos e valores humanistas no seu cotidiano”. O indivíduo teve um importante papel na conquista dos Direitos Humanos de primeira e segunda geração, conseguindo mudar o paradigma da sociedade daquela época e, atualmente, tem o poder de respeitar e validar esses direitos reconhecidos.

Como os indivíduos estão inseridos em uma sociedade, depreende-se que esta também tem responsabilidade pelos Direitos Humanos. “A sociedade civil cria e recria as condições para validar e concretizar os direitos humanos” (VIEIRA; DUPREE, 2004, p. 60).

Além de a responsabilidade pela proteção desses direitos ser do Estado, do indivíduo e da sociedade, “atualmente tem-se um consenso de que grandes corporações podem ser decisivas tanto na proteção como no desrespeito a tais direitos” (CASADO FILHO; BIANCHINI; GOMES, 2012, p. 132).

Coadunam-se com tal pensamento os Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos, aprovados por unanimidade pelo Conselho de Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas em junho de 2011. Esses Princípios

Orientadores ("Princípios Ruggie") foram elaborados por John Ruggie, que é representante nacional da ONU e professor de Direitos Humanos e Relações Internacionais. E foram traduzidos oficialmente para o português pelo Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, o que comprova que esses axiomas, apesar de não terem o caráter de obrigatoriedade, têm a aplicação da *soft law*, que

Em seu sentido mais genérico, aponta para todos os instrumentos regulatórios dotados de força normativa limitada, isto é, que em princípio não são vinculantes, não criam obrigações jurídicas, mas ainda assim produzem certos efeitos concretos aos destinatários (ABBUD, 2014, p.10).

Ainda sobre a *soft law*, explica-se que esse termo é mais utilizado no âmbito do Direito Internacional, que faz uma diferenciação quando as normas possuem efeitos vinculantes (*hard law*) ou quando o valor normativo da norma é limitado (*soft law*) (OLIVEIRA & BERTOLDI, 2010).

Logo, os Princípios Orientadores propostos pela ONU são revestidos de paradigma que dita um parâmetro a ser seguido mesmo tendo uma força normativa limitada, "ou seja, não são vinculativos nem de caráter obrigatório" (FRANCO, 2021 p. 69). No Brasil, esses princípios originaram a resolução nº 5/2022, do Conselho Nacional dos Direitos Humanos, que "dispõe sobre Diretrizes Nacionais para uma Política Pública sobre Direitos Humanos e Empresas" (BRASIL, 2022), bem como o Decreto nº 9.571/2018, que "estabelece as diretrizes nacionais sobre empresas e direitos humanos" (BRASIL, 2022).

Todo esse arcabouço jurídico demonstra que houve uma mudança de paradigma quanto à concepção de que apenas o Estado tinha o dever e a responsabilidade de zelar pelos Direitos Humanos. Atualmente, temos uma tendência muito forte de responsabilizar o indivíduo, a sociedade e as empresas (públicas e/ou privadas) pela proteção dos Direitos Humanos Fundamentais.

Portanto, denota-se que a responsabilidade pela defesa dos Direitos Humanos é de todos, incluindo "indivíduos, Estado, setor privado e grupos sociais" (VIEIRA;

DUPREE, 2004, p. 51). Significa dizer que os Direitos Humanos são, além de garantia da dignidade humana, um dever universal no tocante ao seu zelo.

1.2 PRÍNCÍPIOS ORIENTADORES SOBRE EMPRESAS E DIREITOS HUMANOS – ONU

Conforme já mencionado, os Princípios Orientadores para Empresas e Direitos Humanos propostos pela ONU detêm um caráter essencial para a mudança de paradigma que passa a responsabilizar as empresas pela proteção e defesa dos Direitos Humanos. Destaca-se que o documento utiliza a terminologia “responsabilização”, em vez de “dever” para as empresas (UNITED NATIONS HUMAN RIGHTS, 2011).

Da leitura do documento, apreende-se que os princípios englobam qualquer empresa, independentemente do seu porte (grande ou pequena), do ramo de atuação, nacionalidade, proprietários, de serem ou não transnacionais, bem como suas ramificações, indicando que os Direitos Humanos devem ser protegidos no local em que ocorrer a violação (matriz ou filial) (UNITED NATIONS HUMAN RIGHTS, 2011).

Gabriela Franco (2021, p. 64) explica que os princípios “orientam a proteção de direitos independente de onde ocorrer violações, seja na matriz ou em suas filiais ao redor do mundo, devem ser ofertados mecanismos para solução e reparação”.

Foram aprovados 31 (trinta e um) princípios, separados da seguinte forma: a primeira parte, que contém 10 (dez) princípios, trata da obrigatoriedade dos países de protegerem os Direitos Humanos de violações que ocorram dentro de sua jurisdição cometidas até mesmo por empresas. A segunda parte, que detém os outros 21 (vinte e um) princípios, aponta a responsabilidade das empresas de respeitarem os Direitos Humanos (UNITED NATIONS HUMAN RIGHTS, 2011).

Da leitura dos princípios, nota-se que as empresas têm duas formas de responsabilidade para com os Direitos Humanos. A primeira forma é por intermédio de ações negativas, ou seja, a abstenção de condutas e/ou recusa em aceitar condutas de seus colaboradores que violem os Direitos Humanos. A segunda forma é positiva, pela implementação de atitudes que visam a combater ativamente as violações a Direitos Humanos.

Identificam-se três objetivos no documento aprovado pela ONU. O primeiro é impor o dever do Estado de fazer com que as empresas promovam o respeito aos Direitos Humanos; o segundo é elaborar um modelo para que as empresas saibam como lidar com os riscos e impactos relativos ao desrespeito com os Direitos Humanos; por fim, divulgar um conjunto de preceitos balizadores a fim de que as empresas não violem os Direitos Humanos.

Observa-se, ainda, que os Princípios Orientadores possuem três pilares: proteger, respeitar e reparar os Direitos Humanos, o que também é chamado de “quadro referencial”. Enquanto o Estado tem a obrigação de proteger esses direitos, as empresas têm a responsabilidade de respeitar esses direitos, e ambos têm a necessidade de reparar os casos de seu descumprimento.

Quanto aos três pilares e a relação com os princípios, a ONU menciona no início do documento:

Estes Princípios Orientadores são fundamentados no reconhecimento de:

- (a) Obrigações assumidas pelos Estados de respeitar, proteger e implementar os direitos humanos e as liberdades fundamentais;
- (b) O papel das empresas como órgãos especializados da sociedade que desempenham funções especializadas e que devem cumprir todas as leis aplicáveis e respeitar os direitos humanos;
- (c) A necessidade de que os direitos e obrigações sejam providos de recursos adequados e eficazes, em caso de descumprimento.

[...]

Estes Princípios Orientadores devem ser entendidos como um todo coerente e devem ser interpretados, individual e conjuntamente, em termos de seu objetivo de aprimorar normas e práticas no que diz respeito a empresas e aos direitos humanos de forma a atingir resultados tangíveis para indivíduos e comunidades impactadas e, contribuindo, assim, para

Dos 31 (trinta e um) princípios, merece destaque 04 (quatro) que servem de embasamento para o objeto do presente estudo. O princípio número 11 (onze) aborda a forma positiva (ativa) e negativa (passiva) que as empresas devem lidar com os Direitos Humanos, a questão positiva, é percebida no trecho “enfrentar os impactos negativos” e negativa quando menciona “se abster de infringir” da responsabilidade das empresas. “As empresas devem respeitar os direitos humanos. Isso significa que devem se abster de infringir os direitos humanos de terceiros e enfrentar os impactos negativos sobre os direitos humanos nos quais tenham algum envolvimento” (UNITED NATIONS HUMAN RIGHTS, 2011, tradução nossa).³

Já o princípio número 13 (treze) impôs que as empresas têm responsabilidade pelas violações a Direitos Humanos que ocorram diretamente ou indiretamente em suas operações, sendo inequívoca a responsabilidade da empresa em tomar medidas para cessar a violação:

A responsabilidade de respeitar os direitos humanos exige que as empresas:

A. Evitem que suas próprias atividades gerem impactos negativos sobre direitos humanos ou para estes contribuam, bem como enfrentem essas consequências quando vierem a ocorrer;

B. Busquem prevenir ou mitigar os impactos negativos sobre os direitos humanos diretamente relacionadas com operações, produtos ou serviços prestados por suas relações comerciais, *inclusive quando não tenham contribuído para gerá-los* (UNITED NATIONS HUMAN RIGHTS, 2011, tradução nossa, grifo nosso)⁴.

² “These Guiding Principles are grounded in recognition of:

(a) States’ existing obligations to respect, protect and fulfil human rights and fundamental freedoms;
 (b) The role of business enterprises as specialized organs of society performing specialized functions, required to comply with all applicable laws and to respect human rights;
 (c) The need for rights and obligations to be matched to appropriate and effective remedies when breached.

[...]

These Guiding Principles should be understood as a coherent whole and should be read, individually and collectively, in terms of their objective of enhancing standards and practices with regard to business and human rights so as to achieve tangible results for affected individuals and communities, and thereby also contributing to a socially sustainable globalization”.

³ “Business enterprises should respect human rights. This means that they should avoid infringing on the human rights of others and should address adverse human rights impacts with which they are involved”.

⁴ “The responsibility to respect human rights requires that business enterprises:

Da leitura do princípio em comento, é possível afirmar que, quando uma empresa toma ciência de desrespeitos e/ou casos de violações a direitos econômicos na seara de suas atividades econômicas, é imperiosa sua atitude ativa para interromper e reparar tais acontecimentos, independentemente de terem ou não contribuído para gerá-los.

No princípio 15, tem-se que as “empresas devem ter [...] um processo de devida diligência estruturado para monitorar e prevenir riscos. Isto significa que as empresas devem ‘saber e demonstrar’ que respeitam os direitos humanos” (FERRONI E FRANCO 2021).

O princípio 20 impõe expressamente uma responsabilidade pelo monitoramento, como bem asseveram Ferroni e Franco (2021): “as empresas devem ter uma política de direitos humanos e um processo de devida diligência estruturado para monitorar e prevenir riscos.” Senão, veja-se:

PRINCÍPIO 20

A fim de verificar se estão sendo tomadas medidas para prevenir os impactos adversos sobre os direitos humanos, as empresas devem fazer um acompanhamento da eficácia de sua resposta. *Esse monitoramento deve:*

A. Basear-se em indicadores qualitativos e quantitativos adequados;

B. Levar em consideração as informações vindas de fontes tanto internas como externas, inclusive das partes interessadas afetadas (UNITED NATIONS HUMAN RIGHTS, 2011, tradução nossa, grifo nosso).

Em respeito a esses princípios e ao novo paradigma, a Escola Nacional de Administração Pública lançou um curso em 2021 que, em seu primeiro módulo, trata de Empresas e Direitos Humanos. E, ao abordar especificamente os Princípios Orientadores, aduz que “[...] são fonte de conhecimento e orientação por abordar as melhores condutas que elas podem ter [...] ou, ainda, quando afirmam que as

(a) Avoid causing or contributing to adverse human rights impacts through their own activities, and address such impacts when they occur;

(b) Seek to prevent or mitigate adverse human rights impacts that are directly linked to their operations, products or services by their business relationships, even if they have not contributed to those impacts”.

empresas devem adotar uma política clara de responsabilidade em relação aos direitos humanos” (ENAP, 2021, p. 12).

Conectas Direitos Humanos, uma organização não governamental sem fins lucrativos, também publicou um material que comenta os Princípios Orientadores e assevera: “Estes Princípios Orientadores se aplicam a todos os Estados e a todas as empresas, tanto transnacionais como de outro tipo, independentemente de sua dimensão, setor, localização, [...]” (CONNECTAS DIREITOS HUMANOS, 2012, p. 3).

A Conectas ainda considera os princípios “um momento histórico na consolidação de parâmetros normativos aplicáveis à conduta das empresas em relação aos direitos humanos” (CONNECTAS DIREITOS HUMANOS, 2012, p. 3).

Apesar da aprovação desses princípios terem marcado positivamente a eterna luta contra os desrespeitos aos Direitos Humanos, eles foram alvos de julgamentos negativos, conforme menciona Freitas e Gussoli (2020, p. 48) “Sofrem merecidas críticas por isentarem – a pretexto da falta de base normativa internacional – as empresas de implementarem em todos os níveis os direitos humanos necessários à construção de uma sociedade mais justa”.

A maior crítica que o documento sofreu foi quanto à escolha de utilizar a terminologia “responsabilização” em vez de “obrigação”, ao mencionar as empresas. A segunda maior crítica foi quanto à ausência de poder vinculante (FRANCO, 2021).

É importante ressaltar que, independentemente de críticas e de serem considerados *soft law*, os princípios “são marcos regulatórios, a fim de convencionar responsabilidades às empresas e obrigações aos Estados” (FRANCO, 2021, p. 76).

Isso porque “com base nesse documento caberá ao Estado estabelecer políticas, regulações e legislações objetivando a prevenção e remediação dos resultados negativos gerados pela atuação empresarial” (SILVA, 2022, p. 24).

Ferroni e Franco (2021) fizeram uma avaliação positiva sobre os 10 (dez) anos que sucederam a aprovação pela ONU dos Princípios Orientadores:

Devemos reconhecer que os Princípios trouxeram avanços e fizeram a agenda dos impactos nos direitos humanos ganhar concretude e redesenhar a expectativa sobre o comportamento das empresas. Os Princípios contribuíram para encerrar de vez com a ideia de que a filantropia podia ser confundida com a responsabilidade social de uma empresa e a situaram no marco de prevenir, mitigar e reparar os impactos. As empresas não podem apenas olhar para suas contribuições positivas, sem olhar profundamente para os impactos negativos de suas operações e cadeia de fornecimento.

Apesar de várias empresas pelo mundo terem entendido a importância dos Princípios Orientadores e terem aderido ao documento na rotina de suas empresas, no Brasil, a realidade não é a mesma. Ferroni e Franco (2021) afirmam que as multinacionais e grandes empresas nacionais não incorporaram os princípios, principalmente “setores onde o risco é especialmente alto para violações, como agronegócio, mineração, construção civil e confecções”.

Enfim, é inequívoca a necessidade de que o Brasil crie e aprove normas para além das já existentes, de modo a obrigar as empresas a assumirem responsabilidade frente às violações de Direitos Humanos, sejam elas agentes ativos ou passivos na situação. Basta, para fins de responsabilização, que a violação ocorra.

2 TEORIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA OU EMPRESARIAL

Feita a digressão inicial acerca dos Direitos Humanos Fundamentais, bem como dos Princípios Orientadores para Empresas e Direitos Humanos propostos pela ONU, bases norteadoras da presente análise, passa-se ao exame da Teoria da Responsabilidade Corporativa (Empresarial), a fim de se aferir, ao final, se esse instituto se aplica às emissoras de televisão em caso de violações de Direitos Humanos em *reality shows*.

A Teoria da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é equivalente à Teoria da Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Observa-se que em alguns textos, como no Livro Verde (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2001) e na ABNT-ISO 26000 (2010) utilizam a denominação RSE, mas a maioria dos doutrinadores – a exemplo de Adriana de Azevedo Mathis e Armin Mathis (2012) - prefere utilizar a sigla RSC. Por uma questão de padronização, no presente estudo, adotamos o termo RSC.

Nos próximos tópicos, veremos de forma mais aprofundada o conceito da RSC, como as empresas nacionais e internacionais (situadas no Brasil) tem aplicado o paradigma da RSC e como essa noção se aplica a Direitos Humanos Fundamentais.

2.1 O CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E SUAS IMPLICAÇÕES

O conceito de Responsabilidade Social Corporativa surgiu nos Estados Unidos da América - EUA, no início do século XX, quando a população sentiu uma “desilusão frente às promessas do liberalismo econômico devido ao crash da Bolsa de Nova Iorque” (FARIA E SAUERBRONN, 2008, p. 14).

Esse evento histórico ocorreu entre a primeira e a segunda Guerra Mundial, e consistiu numa crise em 1929, quando houve a “a quebra da Bolsa de Nova York” (PAZZINATO; SENISE, 1995, p. 242). Essa quebra ocorreu logo após um

desenvolvimento na economia americana, que incluiu: aumento de consumo, de produção e de investimento na bolsa de valores, esses fatores contribuíram para que houvesse uma “mecanização de produção” (que acarretou na dispensa de funcionários) (PAZZINATO; SENISE, 1995).

“Com o mercado externo já retraído, essa incapacidade interna de consumo generalizou a crise no país, atingindo até mesmo os mais prósperos setores da economia” (PAZZINATO; SENISE, 1995, p. 244). E não foi apenas o EUA que sofreu com “a Grande Depressão entreguerras. Em suma: entre as guerras, a economia mundial capitalista pareceu desmoronar. Ninguém sabia exatamente como se poderia recuperá-la” (HOBASBAWN, 2005, p. 91).

Ou seja, “uma crise econômica mundial de profundidade sem precedentes pôs de joelhos até mesmo as economias capitalistas mais fortes e pareceu reverter a criação de uma economia mundial única” (HOBASBAWN, 2005, p. 16).

Após a queda da bolsa de valores, veio a “depressão americana” (PAZZINATO; SENISE, 1995). Causada pelo aumento súbito das desigualdades sociais fez com que o povo ficasse insatisfeito com “os elevados lucros de grupos empresariais”, iniciando-se uma discussão em torno da distribuição justa de riquezas e do papel do Estado (FARIA E SAUERBRONN, 2008, p. 14).

A população sentiu os efeitos negativos do “capitalismo selvagem” e a parte desprivilegiada do povo ansiava por ter suas questões sociais como desemprego e fome, atendidas. Dessa feita, entendia-se a RSC como uma responsabilidade que a corporação tinha para além da exigida na legislação de um Estado.

Nesse contexto, a Responsabilidade Social era calcada nos “princípios básicos da filantropia e da governança”, ou seja, “era associado à obrigação de produzir bens e serviços úteis, gerar lucros, criar empregos e garantir a segurança no ambiente de trabalho” (FARIA E SAUERBRONN, 2008, p. 14). Nesse primeiro momento, a Responsabilidade era entendida como assistencialismo, como uma forma de os abastados, empresários, ajudarem os menos favorecidos.

Quando os “Anos Dourados⁵” (HOBSBAWN, 2005) vividos pelos americanos chegam ao fim, explodem as lutas de classes e greves, gerando um cenário de “turbulência social” em que “as empresas tornam-se o alvo de reivindicações cada vez mais numerosas e variadas” (KREITLON, 2017, p. 5). Essas demandas eram relacionadas à “poluição, consumo, emprego, discriminações raciais e de gênero, ou natureza do produto comercializado” (KREITLON, 2017, p. 5). Nessa conjuntura, o objeto de reivindicação da comunidade era justamente as atividades econômicas empresariais.

Os movimentos sociais ganharam força e preocuparam o meio corporativo em 1970 quando o jornal *New York Times Magazine* publica o famoso artigo “The social responsibility of business is to increase its profits”⁶, escrito por Friedman (1970). Esse texto foi uma espécie de protesto às iniciativas sociais recém-tomadas pela General Motors (KREITLON, 2017, p. 6). Assim, os filósofos da época passaram a entender a responsabilidade como “consequências das próprias atividades usuais da empresa”, dissociando-a da ideia de filantropia (KREITLON, 2017, p. 7), ou seja, as empresas passaram a ter uma obrigação com a sociedade, uma responsabilidade social.

Nesse momento, a sociedade amplia seu entendimento de RSC, de modo que além de as empresas serem responsáveis pelo indivíduo, passaram a ser responsabilizadas pelas suas ações e consequências da produção e/ou consumo de seus produtos, ou seja, passam a ter um encargo, um dever para com a sociedade.

A década de 1980 foi marcada por práticas neoliberais, “ajuste fiscal, Redução das despesas sociais do Estado, privatizações, desregulamentação, liberalização do comércio, das taxas de câmbio e das relações trabalhistas” (KREITLON, 2017, p. 7).

⁵ Hobsbawn (2005) explica que os anos dourados iniciaram na década de 1950, como um efeito pós 2ª Guerra Mundial, em que países da Europa, Japão e o EUA tiveram um crescimento econômico exponencial. “A economia mundial, portanto, crescia a uma taxa explosiva” (HOBSBAWM, 2005, p. 257). O EUA tiveram um crescimento menor que os outros países capitalistas - que cresciam mais que os países socialistas. Dessa forma, “Durante as décadas douradas não houve fome endêmica, a não ser como produto de guerras e loucura política, como na China” (HOBSBAWM, 2005, p. 255).

⁶ A responsabilidade social das empresas é aumentar seus lucros (tradução nossa).

Já na década de 1990 houve o impacto do fim da Guerra Fria, dos avanços das tecnologias de informação e o capitalismo cresceu.

Com a ascensão do capitalismo, as empresas locais se desenvolveram e deram “lugar a redes corporativas transnacionais de ramificações complexas” (KREITLON, 2017, p. 7). Essas novas empresas passaram a escolher qual o melhor país para produzirem seus produtos, “a mão-de-obra pode ser subcontratada e operar a partir de qualquer continente” (KREITLON, 2017, p. 7).

“Sob o ponto de vista social, a pobreza, o desemprego e outros tipos de exclusão marcam tanto o cenário norte-americano quanto o europeu, e grassam também nos países menos desenvolvido” (KREITLON, 2017, p. 8). Fazendo com que a sociedade passasse a questionar a função social e ética das empresas e trouxesse pautas ambientais para diversas conferências.

Quando emerge essa insatisfação social, Kreitlon (2017, p. 9) explica que se desenvolve outro fenômeno:

Período estratégico, conhecida como Social Issues Management - resultado da preocupação, nos círculos gerenciais, com conflitos intrínsecos e entre empresas evitáveis com a crescente intensificação de tais conflitos. Esta abordagem visa atender à demanda por instrumentos para gestão dos problemas éticos e sociais sistemáticas (ou antecipados) pelas companhias, de tal modo que a sensibilidade corporativa transforme-se numa vantagem competitiva.

Assim, a Responsabilidade Social Corporativa começa a ser entendida como uma aliada das empresas, pois seria possível a sua aplicação como uma estratégia frente aos escândalos, ou seja, poderia ser empregada para ocultar a verdadeira face de suas atividades econômicas.

Nessa época, nasce também o conceito de “relação fiduciária da empresa com o conjunto de suas partes interessadas” (KREITLON, 2017, p. 8), que são os *stakeholders*. Podemos definir os *stakeholders* como “qualquer grupo que possa

afetar ou ser afetado pelo alcance dos objetivos organizacionais⁷” (FREEMAN, 1984, p. 46) (tradução nossa), ou ainda como, “pessoas ou grupos que reivindicam ou dispõem de propriedade, direitos ou interesses em uma empresa e em suas atividades no período passado, presente e futuro⁸” (CLARKSON, 1995, p. 106) (tradução nossa).

Assim, podemos conceituar os *stakeholders* como empregados, prestadores de serviço, consumidores, investidores, acionistas, Estado, público alvo, cliente e qualquer outro grupo e/ou indivíduo que se relacione direta ou indiretamente com a corporação/empresa.

Freeman (1984) foi o precursor da ideia de que os *stakeholders* impactam nas decisões das empresas, que antes era pautada apenas nos interesses dos acionistas e passou a ser analisada também mediante as necessidades sociais. Esse pensamento era embasado no entendimento de que os *stakeholders* são indispensáveis para a manutenção do negócio, logo, deveriam ter seus interesses acolhidos.

Ou seja, ao longo do tempo, a “consciência empresarial coletiva” sofreu algumas alterações, de modo que os empresários que só se preocupavam em obter lucro nos negócios, despertaram para os desafios de sustentabilidade e para as necessidades sociais mundiais (WBCSD, 2022). Márcia de Luca (1998) explica que as empresas entenderam que não basta computarem sua performance financeira, é necessário avaliar e registrar sua atuação social.

Após essas percepções, em 1995, surgiu uma organização *World Business Council for Sustainable Development* (Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável), que atualmente conta com o apoio de 200 empresas, e, que tem como missão “acelerar a transição para um mundo sustentável e ajudar a

⁷ “[...] any group or individual who may affect or be affected by the achievement of the organisation’s objectives”.

⁸ “[...] persons or groups that have, or claim, ownership, rights, or interests in a corporation and its activities, past, present, or future”.

tornar os negócios mais sustentáveis e bem-sucedidos⁹ (WBCSD, 2022) (tradução nossa).

Em 2001, na capital da Bélgica, a Comissão das Comunidade Europeias, com o objetivo de “promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas”, formulou o “Livro Verde” (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2001). Nele, as empresas afirmaram a “sua responsabilidade social” e assumiram “voluntariamente compromissos que vão para além dos requisitos reguladores convencionais” (WBCSD, 2022). Esse interesse surge do fato de que a responsabilidade social é um investimento e não uma obrigação.

Nesse documento consta, ainda, o conceito de Responsabilidade Social Corporativa, que é, essencialmente, “um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo¹⁰” (COMISSÃO, 2001, p. 4, tradução nossa).

Ou seja, as empresas passaram a entender que os cidadãos, ora consumidores e potenciais consumidores de seus produtos, possuem necessidades que precisam ser atendidas, bem como têm anseios e expectativas para com essas corporações.

As pesquisas mais recentes mostram que a sociedade verdadeiramente tem demonstrado interesse nas práticas sociais das empresas, sendo a Responsabilidade Social Corporativa um fator relevante para que os cidadãos se tornem consumidores ou não. É dizer, quando uma empresa se compromete com a Responsabilidade Social Corporativa, está direta ou indiretamente fazendo um marketing positivo para o negócio que irá impactar positivamente em seus resultados.

A NielsenIQ, que é uma companhia mundial especializada em análise de dados do mercado com objetivo de descobrir o que é relevante para o público, divulgou os

⁹ “Mission to accelerate the transition to a sustainable world and to help”.

¹⁰ “is essentially a concept whereby companies decide voluntarily to contribute to a better society and a cleaner environment”.

resultados de uma pesquisa global online sobre o grau de importância que as causas sociais têm na hora de o consumidor optar por comprar um produto de uma determinada marca. Os resultados comprovaram que:

Os consumidores estão cada vez mais dispostos a pagar mais por produtos sustentáveis. De fato, 66% dos entrevistados dizem estarem dispostos a pagar mais por produtos e serviços que vêm de empresas que estão comprometidas com um impacto social e ambiental positivo, acima dos 55% em 2014 e 50% em 2013 (NIELSENIQ, 2015).

Esses dados comprovam que cada vez mais o público mundial tem buscado um consumo consciente. Nesse prisma, as marcas que demonstram um compromisso com as necessidades da sociedade, incluindo causas ambientais e de direitos humanos, têm tido um crescimento significativo em detrimento de outras. Ressalta-se que a pandemia do Covid-19 impactou negativamente nesses dados, resultando em pequenas quedas nesses resultados (AKATU, 2021).

O cenário mercadológico brasileiro tem acompanhado essa tendência global de valorizar marcas que se comprometem com o desenvolvimento social e com a Responsabilidade Social Corporativa. O Instituto Akatu, uma organização sem fins lucrativos que promove ações para divulgar o consumo consciente, em colaboração com a Globescan, organização mundial do mesmo ramo, realizou, em 2020, uma pesquisa “Vida Saudável e Sustentável 2021”. Nela, constatou-se que “3 em cada 5 brasileiros estão dispostos a pagar mais por produtos e marcas que trabalham para melhorar a sociedade e o meio ambiente, proporção estável em relação a 2020 e mesma da média mundial” (AKATU, 2021, p. 33).

Na mesma pesquisa, restou comprovado que, no ano de 2021, o brasileiro se preocupou mais com o consumo consciente do que os consumidores de outros países. Enquanto 63% (sessenta e três por cento) dos brasileiros aceitam pagar mais caro por produtos advindos de empresas que se comprometem com a Responsabilidade Social, em nível, global esse número cai para 57% (cinquenta e sete por cento) (AKATU, 2021, p. 33).

Acompanhando essa tendência mundial, as empresas transnacionais que têm sede no Brasil estão divulgando em seus sites eletrônicos seu compromisso com a Responsabilidade Social, em especial, no tocante à adoção de medidas que visam a proteger o meio ambiente, os Direitos Humanos e a minimizar a fome. Entre essas empresas, pode-se mencionar, a título de exemplo: Toyota, Microsoft, Johnson & Johnson, P&G, Apple, entre outros.

E, a fim de comprovar todas as práticas sociais corporativas, as empresas buscam adquirir certificados que atestem “sua boa prática social” (EON, 2015). Os certificados mais relevantes atualmente são: a) Selo Empresa Amiga da Criança, da Fundação nacional ABRINQ, que atesta que a empresa não utiliza mão-de-obra infantil, bem como que apoia causas voltada às crianças e adolescentes; b) ISO 14000, internacional da Organization for Standardization, que prioriza ações ambientais; c) AA1000, também internacional da Institute of Social and Ethical Accountability, que avalia a relação da empresa com os *stakeholders*; d) SA8000, internacional da Council on Economic Priorities Accreditation Agency, que examina as relações trabalhistas ao longo de toda a cadeia produtiva da corporação (RS, 2022).

O certificado ABNT-ISO 26000, da Associação Brasileira de Normas Técnicas, que é a versão brasileira do certificado ISO 9001 da International Organization for Standardization, propõe sete princípios da responsabilidade social. Esses princípios são:

- 1) *Accountability*: “convém que a organização preste contas e se responsabilize por seus impactos na sociedade, na economia e no meio ambiente” (ABNT, 2010, p. 11);
- 2) *Transparência*: “convém que uma organização seja transparente em suas decisões e atividades que impactam na sociedade e no meio ambiente” (ABNT, 2010, p. 11), ressaltando que a empresa não precisa divulgar dados sigilosos;

3) Comportamento ético: “convém que uma organização comporte-se eticamente” (ABNT, 2010, p. 12); ética traduz-se em atitudes moralmente esperadas pela sociedade, fundadas na “honestidade, equidade e integridade” (ABNT, 2010, p. 12);

4) Respeito pelos interesses das partes: “convém que uma organização respeite, considere e responda aos interesses de suas partes interessadas” (ABNT, 2010, p. 12); esse princípio tem relação direta com os *stakeholders*;

5) Respeito pelo Estado de Direito: “convém que uma organização aceite que o respeito pelo estado de direito é obrigatório” (ABNT, 2010, p. 13). Logo, apesar de a responsabilidade social estar justamente ligada a atitudes que vão além das leis, é imperioso que a legislação seja obedecida e cumprida;

6) Respeito pelas normas internacionais de comportamento: “convém que uma organização respeite as normas internacionais de comportamento, ao mesmo tempo em que adere ao princípio de respeito pelo estado de direito” (ABNT, 2010, p. 13);

7) Respeito pelos direitos humanos: “convém que uma organização respeite os direitos humanos e reconheça tanto sua importância como sua universalidade” (ABNT, 2010, p. 14).

A Responsabilidade Social Corporativa pode ser entendida, então, como um conjunto de medidas adotadas pelas empresas (independentemente de seu porte e de sua nacionalidade) com o intuito de impactar positivamente a sociedade, comprometendo-se ativamente na redução dos problemas sociais e ambientais, compromisso esse que vai além das obrigações impostas pela legislação. Em síntese, são ações que visam ao bem-estar social dos *stakeholders*.

2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E DIREITOS HUMANOS FUNDAMENTAIS NO CAPITALISMO GLOBALIZADO

De tudo o que se disse até aqui, denota-se que a Responsabilidade Social Corporativa está intimamente ligada aos Direitos Humanos. Isso porque as medidas tomadas para diminuir as desigualdades sociais se relacionam com os Direitos Fundamentais de Segunda Dimensão, ao passo que as ações que buscam respeitar o meio ambiente estão em consonância com os Direitos Fundamentais de Terceira Dimensão.

Como se sabe, os Direitos Fundamentais são tradicionalmente divididos pela dogmática constitucional em cinco dimensões. A Primeira refere-se aos direitos de liberdade, ou seja, os direitos voltados ao indivíduo, quais sejam, os direitos civis e políticos. A Segunda trata dos direitos “sociais, culturais e econômicos bem como os direitos coletivos ou de coletividades” (BONAVIDES, 2017, p. 578). A Terceira remete aos direitos da fraternidade, incluindo “direitos ao desenvolvimento, ao meio ambiente” (BONAVIDES, 2017, p. 586). A Quarta diz respeito aos direitos de cidadania e liberdade dos povos. E Paulo Bonavides (2017) defende que a paz é um direito da Quinta Geração, enquanto o seu percussor Karel Vasak, ao vislumbrar na paz um direito fundamental, o alocou na Terceira Geração.

A Responsabilidade Social Corporativa está, portanto, diretamente vinculada aos Direitos Fundamentais de Terceira Dimensão (meio ambiente) e de Segunda Geração (sociais e culturais), visto que as empresas, ao iniciarem sua jornada de atender às demandas dos *stakeholders*, voltaram-se para questões sociais e econômicas e, atualmente, têm assumido um compromisso com as pautas de meio ambiente, seja revitalizando áreas, seja mudando sua produção com vistas à proteção ambiental.

Sobre a interseção existente entre os dois institutos (RSC e Direitos Humanos Fundamentais), Adriana de Azevedo Mathis e Armin Mathis (2012, p. 137) concluem o seguinte:

No plano internacional, a discussão sobre a RSC das empresas transnacionais, no que se refere à observância dos direitos humanos nas suas atividades, enfatiza o dever dos Estados nacionais na garantia dos direitos humanos tratados como direitos universais e, ao mesmo tempo, exige das empresas um papel mais pró-ativo na implementação e no cumprimento dos direitos humanos. No entanto, sem atribuir às empresas a mesma responsabilidade legal de um Estado nacional.

O já mencionado Livro Verde reconhece que a “responsabilidade social possui também uma forte dimensão em termos de direitos humanos” (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2001, p.14), e, por esse motivo, destina um tópico inteiro para os Direitos Humanos. No documento, é imposta “uma verificação contínua do cumprimento e aplicação dos códigos” (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2001, p. 16) de direitos humanos por parte das empresas, bem como é asseverado que os direitos humanos devem ser respeitados em toda a cadeia de produção.

Outro documento que reconhece a conexão entre direitos humanos e RSC é a ABNT-ISO 26000, que sintetiza essa relação entre os dois conceitos muito bem, os “Estados têm o dever e a responsabilidade de respeitar, proteger e cumprir os direitos humanos. As organizações têm a responsabilidade de respeitar os direitos humanos, inclusive dentro de sua esfera de influência” (ABNT, 2010, p. 24).

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, que é uma Oscip criada por executivos da iniciativa privada em 1998, também reconhece a ligação entre RSC e Direitos humanos. A Oscip atua em quatro áreas principais: “Direitos Humanos, Gestão para o Desenvolvimento Sustentável, Integridade e Meio Ambiente” (INSTITUTO ETHOS, acesso em: 25 ago. 2022).

Maria Kraemer (acesso em: 31 ago. 2022), quando enumerou os referenciais teóricos da RSC, destacou a Declaração Universal dos Direitos Humanos da ONU, o que ratifica a teoria de que a Responsabilidade Social Corporativa está intrinsecamente relacionada com os Direitos Humanos Fundamentais, sendo as empresas responsáveis por respeitar e zelar por esses direitos.

Em 1999, as Nações Unidas formularam o “The social responsibility of transnational corporations” (UNCTAD, 1999), que é uma tentativa de elucidar o conceito de Responsabilidade Social Corporativa. Dada a importância dos direitos humanos para a RSC, no documento proposto pela ONU, aparecem 39 (trinta e nove) vezes a expressão *human rights*.

No documento, é recomendado que as empresas observem a Declaração dos Direitos Humanos, além de se explicitar o dever que as empresas transnacionais têm para com os direitos humanos:

Há também casos em que o quadro jurídico existente em um país é contrário às normas internacionais, princípios e valores por exemplo, direitos humanos bem como normas trabalhistas e sociais. Nesses casos, a responsabilidade social corporativa pode exigir que as TNCs ignore ou vá além da legislação local, ao invés de se aproveitar das falhas das instituições legislativas de um país¹¹ (UNCTAD, 1999, p. 4-5, tradução nossa).

Ressalta-se que essas diretrizes propostas pela ONU não possuem caráter vinculante, tampouco força normativa. Desse modo, nem a ONU e nem o Estado podem exigir que as empresas tenham atitudes para além do que a lei exige.

Assim, podemos concluir que a Responsabilidade Social Corporativa não se reduz apenas ao respeito aos Direitos Humanos, mas precisa estar, primordialmente, calcada no respeito a esses direitos, independentemente de tais prerrogativas estarem previstas na legislação ou não.

Entretanto, relembremos, ainda, que atualmente a RSC é vista como uma forma de marketing positivo para as empresas, por conseguinte, algo que retorna em forma de crescimento econômico. Na pesquisa da AKATU (2021), restou comprovado que a maioria dos brasileiros está disposta a comprar e pagar mais caro por produtos fabricados por empresas que possuem RSC.

¹¹ “There are also cases where the existing legal framework in a country runs counter to internationally-accepted principles and values regarding, for example, human rights as well as labour and social standards. In these cases, corporate social responsibility might even require that TNCs ignore or go beyond local law rather than take advantage of governance failures of the law-making or enforcing institutions in a country”.

Logo, apesar de o Estado não ter mecanismos para cobrar que as empresas sejam adeptas da RSC, com o conseqüente respeito aos Direitos Humanos, a sociedade consumidora pode e deve exigir que os executivos de grandes corporações, que as empresas transnacionais, *compliance*, aglomerados empresariais e pequenos comércios adotem um verdadeiro compromisso com a RSC e com os Direitos Humanos.

3 TELEVISÃO NO BRASIL: PREVISÕES LEGISLATIVAS, FUNÇÃO SOCIAL E *REALITY SHOWS*

A partir do que foi dito anteriormente sobre o conceito de Responsabilidade Social Corporativa e sua relação com Direitos Humanos Fundamentais, bases necessárias à compreensão da responsabilidade que pode ser atribuída às emissoras de televisão, passa-se ao estudo detalhado dos serviços de radiodifusão no Brasil, com enfoque nos programas de televisão no formato *reality show*, mais especificamente, o Big Brother Brasil - BBB.

O jornalista Francisco de Assis Chateaubriand foi o responsável por trazer a televisão para o Brasil, além de importar 200 (duzentas) unidades desse aparelho dos Estados Unidos. As primeiras televisões transmitiam a imagem em preto e branco, mas, no ano de 1954, ocorreu uma transmissão piloto colorida, que foi oficializada em 1972 (PERUCH, 2022).

A emissora de TV Tupi-Difusora realizou a primeira transmissão de imagens no Brasil no dia 18 de setembro de 1950 (JAMBEIRO, 2002). “A TV Tupi-Difusora começou transmitindo imagens para apenas cerca de 500 aparelhos receptores na cidade de São Paulo, mas três meses depois havia já 2 mil aparelhos funcionando ali” (JAMBEIRO, 2002, p. 51).

Nesse momento inicial, a televisão era conhecida como um “rádio com imagens” (JAMBEIRO, 2002). E no Brasil a “televisão criou [...] algo que não se conhece em outros países” (TURATTI JUNIOR; 2019, p. 77) pois “consegue parar, modificar ou até mesmo criar o pensamento da maior parte da população brasileira, como resultado sociológico e cultural” (TURATTI JUNIOR; 2019, p. 77).

3.1 REGULAMENTAÇÃO DOS SERVIÇOS DE RADIODIFUSÃO NO BRASIL

Atualmente, os serviços de radiodifusão¹² no Brasil estão previstos no artigo 21, inciso XII, “a”, da Constituição Federal, que atribui à união a competência para autorizar, conceder ou permitir a exploração dos serviços de radiodifusão (BRASIL, 1988).

Trata-se de um serviço público, regulamentado pelo Código Brasileiro de Telecomunicações - Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962. Demorou cerca de nove anos para o Congresso aprovar o referido código. Todo esse tempo foi gasto com negociações entre os políticos e os radiodifusores (JAMBEIRO, 2002).

Existem no Brasil diversas leis e decretos que tratam de questões tangencialmente relacionadas à imprensa¹³, entretanto nenhuma regula efetivamente o conteúdo e a forma como é veiculado pela radiodifusão.

A televisão e o rádio são serviços de telecomunicações entendidos como bens públicos que o Estado brasileiro pode, pela via de um contrato de concessão pública, autorizar uma empresa privada a utilizar. Dinorá Adelaide Musetti Grotti (2007) conceitua concessão de serviço público como:

[...] o contrato administrativo pelo qual o Estado atribui a alguém o exercício de um serviço público, para que o execute em nome próprio, por sua conta e risco, remunerando-se pela própria exploração do serviço, via de regra mediante tarifas cobradas diretamente dos usuários do serviço (GROTTI, 2007, p. 13).

¹² “A radiodifusão, segundo a legislação brasileira, compreende os serviços destinados a serem recebidos direta e livremente pelo público em geral e é dividida em radiodifusão sonora (rádio) e radiodifusão de sons e imagens (televisão)” (BRASIL, 2020).

¹³ A radiodifusão também é regida por: Regulamento dos Serviços de Radiodifusão (Decreto n. 52.795/1963); Decreto-Lei n. 236/1967 (que “modifica a Lei número 4.117” de 27/1962); Lei da Propaganda Restrita (Lei n. 9.294/1996); Lei da Propaganda Política (Lei n. 9.504/1997); Lei geral das Telecomunicações (Lei n. 9.472/1997); Lei dos Direitos Autorais (Lei n. 9.610/1998); Lei n. 10.359/2001 (“obrigatoriedade de os novos aparelhos de televisão conterem dispositivo que possibilite o bloqueio temporário da recepção de programação inadequada”); Decreto da TV digital (Decreto n. 4.901/2003); Decreto da migração digital (Decreto n. 5.820/2006); Decreto da classificação indicativa (Decreto n. 9.856/2019); Empresa Brasil de Comunicação (Lei n. 11.652/2008); Lei da TV paga (Lei nº 12.485/2011); entre outros diplomas que abordam os sistemas de comunicação de maneira genérica.

A outorga e/ou renovação de outorga para os serviços de radiodifusão estão previstos no artigo 223, da Carta Magna, que prevê: “competete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens” (BRASIL, 2020). Da leitura do mesmo dispositivo, temos a informação de que a concessão para rádio é de 10 (dez) anos e para emissoras de televisão é de 15 (quinze) anos.

Assim, temos que compete ao Poder Executivo determinar as fases do processo licitatório¹⁴ de outorga, bem como analisar, no processo de renovação, se a emissora obedeceu toda a legislação normativa referente à concessão de radiodifusão. Nesse sentido, o Decreto n. 52.795, de 1963, em seu artigo 110, determina:

O direito à renovação decorre do cumprimento, pela concessionária ou permissionária, de seu contrato de concessão ou permissão, das exigências legais e das finalidades educativas, culturais e morais a que se obrigou, condicionado à manutenção da possibilidade técnica e do interesse público (BRASIL, 1963).

Na lei em comento, o legislador, no dispositivo 5º, explica a diferença entre concessão, permissão e autorização. A concessão é definida como “autorização outorgada pelo poder competente a entidades executoras de serviços de radiodifusão sonora de caráter nacional ou regional e de televisão” (BRASIL, 1963). Já a permissão é conceituada como “autorização outorgada pelo poder competente a entidades para execução de serviço de radiodifusão de caráter local” (BRASIL, 1963). No que tange à autorização, é explicada como “autorização outorgada pelo poder competente a entidades para a execução de serviço de radiodifusão de caráter local” (BRASIL, 1963).

Denota-se que o Estado não transfere a titularidade do serviço público para a iniciativa privada, é tão somente concedido ou permitido que esta execute o serviço. Por esse motivo, é exigido que o particular preste o serviço em observância ao interesse público e às condições estabelecidas no aparato legal.

¹⁴ Conforme preceitua art. 175 e o inciso XXI do art. 37 da Constituição Federal (BRASIL, 1988).

A iniciativa privada, por não deter o bem público, não pode negociá-lo, sendo o serviço público *res extra commercium*. Dessa forma,

Só as pessoas de natureza pública podem ser titulares, ter como próprias as atividades públicas. Um particular jamais poderá reter (seja pelo tempo que for) em suas mãos, como senhor, um serviço público. Por isso, o que se transfere para o concessionário — diversamente do que ocorre no caso das autarquias — é tão só e simplesmente o exercício da atividade pública; [...]; o Poder Público, em razão de suas funções, tem sempre disponibilidade sobre o serviço público e sobre a utilização de um bem público; inversamente, o particular jamais pode tê-la, pois está envolvido na questão um bem *extra commercium*. O contrato jamais seria via idônea para propiciar a um administrado senhoria, conquanto parcial, sobre um interesse público, seja no que respeita à forma de satisfazê-lo, seja no que atina ao prazo de duração de vínculo versando sobre ele (MELLO, 2011, p. 718).

Entretanto, em 2022, o então Presidente da República, Jair Bolsonaro, sancionou a Lei 14.408/22, que permite às concessionárias de televisão e rádio o direito de “transferir, comercializar ou ceder o tempo total de programação para a veiculação de produção independente” (BRASIL, 2022). Necessário que seja respeitada “a regra legal de limitação de publicidade comercial e a qualidade do conteúdo da programação produzido por terceiro” (BRASIL, 2022).

No caso das redes de televisão e de programas de rádio, “o concessionário se remunera pela divulgação de mensagens publicitárias cobradas dos anunciantes e não de tarifas pagas pelos ‘usuários’” (GROTTI, 2007, p. 18). Isso considerando que o artigo 124 da Lei n. 4.117/1962¹⁵ (BRASIL, 1962) limita o tempo gasto com publicidade a 25% (vinte e cinco por cento) do tempo total destinado à grade de programação. No parágrafo único do mesmo dispositivo legal, o legislador explica que o conteúdo de propaganda inclui a promoção e vinculação da marca da empresa, ou seja, as propagandas indiretas.

¹⁵ Art. 124. O tempo destinado na programação das estações de radiodifusão, à publicidade comercial, não poderá exceder de 25% (vinte e cinco por cento) do total. Parágrafo único. Para os fins desta Lei, considera-se publicidade comercial o espaço da programação para a difusão de mensagens e informações com conteúdo próprio de publicidade de produtos e serviços para os consumidores e/ou de promoção de imagem e marca de empresas (BRASIL, 1962).

Os 75% (setenta e cinco por cento) do tempo restantes da programação de televisão deve se enquadrar no determinado no artigo 221 da Constituição Federal¹⁶, que aborda principalmente a finalidade socioeducativa, o caráter educativo e o respeito a valores éticos.

Seguindo os parâmetros adotados pela Constituição, que visa a garantir que os serviços de comunicação privilegiem o interesse coletivo, o artigo 38, alínea “d”, da Lei n. 4.117/1962, determina que os “serviços de informação, divertimento, propaganda e publicidade das empresas de radiodifusão estão subordinadas às finalidades educativas e culturais inerentes à radiodifusão, visando aos superiores interesses do País” (BRASIL, 1962).

Aprofundaremos especificamente sobre essa função social da televisão no próximo tópico.

Diferentemente do idealizado pela Carta Magna, a televisão foi desenvolvida concretamente com uma proposta voltada para o comercial. É uma busca por audiência de massa; “predominância de entretenimento sobre programas educacionais e culturais; controle privado sob fiscalização governamental; e economia baseada na publicidade” (JAMBEIRO, 2002, p. 41).

Othon Jambeiro (2002) diferencia o início da televisão e do rádio. No período da Ditadura, investira-se nos rádios com a ideia de fortalecer o Estado por meio da cultura¹⁷, eis que o rádio era considerado “um instrumento de organização política e disseminação ideológica” (JAMBEIRO, 2002, p. 43). Desse modo, a cultura

¹⁶ Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

- I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
- III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
- IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família (BRASIL, 1988).

¹⁷ “Cultura é um termo muito amplo que abrange todas as demonstrações artísticas, filosóficas, políticas e sociais de um povo” (TURATTI JUNIOR; 2019, p. 75)

fortificaria a ideia de que o Estado seria a “única entidade capaz de realizar o destino histórico da nação” (JAMBEIRO, 2002, p. 39).

À época, o Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado do Espírito Santo (SINDIJORNALISTAS-ES) emitiu uma nota defendendo que a população brasileira deveria ter o conhecimento de que os meios de comunicação (canal de televisão e frequência de rádio) pertencem ao Estado e que o setor privado detém apenas uma autorização (GONÇALVES, 2022). No texto, é informado ainda que essa ausência de informação impede que haja uma consulta popular para verificar se o meio de comunicação está servido aos interesses públicos, uma vez que o povo é detentor desse bem (canal de tevê ou frequência de rádio).

Seguindo as denúncias, foi apontado pelo Sindicato que, entre as 35 autorizações concedidas pelo Ministro das Comunicações entre 1999 e 2004, 22 (63%) tinham vínculo com políticos e duas (6%) com entidades religiosas (GONÇALVES, 2022). Dessarte, nota-se que o fato de políticos serem detentores da concessão e serem responsáveis por aprová-la impede um processo de lisura e verificação do cumprimento do artigo 221 da Constituição Federal (BRASIL, 1988).

No mesmo sentido, Artur Venício de Lima (2007) explicou o coronelismo da atualidade, o conhecido “coronelismo eletrônico”, definido como “prática antidemocrática com profundas raízes históricas na política brasileira e perpassa diferentes governos e partidos políticos” (LIMA, 2007, p. 125). Com base na denúncia apresentada pelo sindicato, verifica-se que a televisão aberta no Brasil está sob a influência do “coronelismo eletrônico”.

A respeito do tema, aponta o autor duas brechas na lei que possibilitam a perpetuação dessa prática. A primeira consiste na dispensa de licitação para as outorgas de radiodifusão educativas, que podem “ser outorgadas através de critérios estabelecidos internamente pelo Ministério das Comunicações” (LIMA, 2007, p. 120). Essa abertura “têm possibilitado que as emissoras de rádio e televisão educativas continuem sendo utilizadas, por governos de diferentes matizes político-partidários, como moeda de barganha política” (LIMA, 2007, p. 120).

A segunda brecha era a que deixava de “mencionar a possibilidade de transformação das retransmissoras mistas já existentes em geradoras educativas” (BRASIL, 2005). Ela não encontra mais possibilidade de ocorrer desde que o Decreto 5.371/2005 entrou em vigência. Nessa brecha, quando uma transmissora mista virava uma transmissora educativa, era suspensa a obrigatoriedade de licitação, o que oportunizava a ocorrência do “coronelismo eletrônico” (LIMA, 2007).

Apesar de a segunda brecha ter sido extinta, ainda permanece a primeira, o que oportuniza que as emissoras de canal aberto no Brasil sejam vinculadas a partidos políticos. De modo que a função social da televisão se torna um critério secundário no momento de definir as concessões e permissões dos canais de televisão.

O objetivo do “coronelismo eletrônico” é a manipulação da massa, de modo que “práticas como o compadrio, a patronagem, o clientelismo, o patrimonialismo, entre outros, ganham extensão nos mais variados processos midiáticos” (NETO RODRIGUES, 2014, p. 2). Fazendo uma comparação com o coronelismo antigo¹⁸, “[...] o voto continua sendo moeda de troca em uma lógica que substitui a luta pela posse de terra pelo controle da informação e, por tabela, sobre a opinião pública” (NETO RODRIGUES, 2014, p. 2).

O coronelismo não foi extinto, apenas foi reformulado e continua sendo utilizado como moeda de troca para manipulação das massas. Atualmente, o “coronelismo eletrônico” se justifica pois a televisão ainda é a principal fonte de informação de uma parcela significativa da sociedade.

O “coronelismo eletrônico” voltado à programação das emissoras se justifica pela influência e importância que a televisão possui ainda hoje:

¹⁸ “O coronelismo é, então, a forma assumida pelo mandonismo local a partir da proclamação da República; o mandonismo local teve várias formas desde a Colônia, e assim se apresenta como o conceito mais amplo com relação aos tipos de poder político-econômico que historicamente marcaram o Brasil” (QUEIROZ, 1975, p.160).

Porém, apesar de toda essa evolução estar presente no cotidiano brasileiro, a mídia tradicional de televisão e rádio ainda tem uma massiva influência na população, que devido a sua desigualdade social somada a ampla faixa territorial nacional, fazem com que estes dois meios ainda sejam de crucial importância nos nossos dias atuais mesmo entre inúmeras telas conectadas (LEITE, 2018, p. 60).

É sabido que a internet ganhou força na “luta” pela audiência das massas, fazendo com que as emissoras de televisão precisem se reinventar e entregar um conteúdo capaz de “prender a audiência”, originando, entre outras atrações, os chamados *realitys shows*.

3.2 A FUNÇÃO SOCIAL DAS EMISSORAS DE TELEVISÃO

Como já visto, o artigo 221 da Carta Magna dispõe sobre os princípios norteadores sociais que as emissoras de televisão devem obedecer. Da mesma forma, os artigos 5º, IX, e 220 do mesmo dispositivo constitucional garantem a liberdade de pensamento, comunicação e expressão (BRASIL, 1988). José Joaquim Gomes Canotilho e Jónatas E. M. Machado denominam esse direito de “liberdades comunicativas”, explicando que são uma “[...] forma a garantir a comunicação livre e pluralista em todos os domínios da vida social” (CANOTILHO E MACHADO, 2013, p. 14).

Como visto, as emissoras são patrimônio público, ou seja, devem servir à sociedade, sendo esse o motivo pelo qual a Constituição impõe uma função social para a televisão. Nessa linha, a “função social no direito é, em primeiro lugar, um dever a ser cumprido, um ideal a ser alcançado” (TAVARES, 2014, p. 31).

A mesma Constituição que garante uma liberdade de expressão/comunicação para as emissoras impõe deveres sociais que devem ser respeitados, de maneira que a liberdade de programação “[...] não é incompatível com o estabelecimento de algumas restrições, à semelhança do que sucede com todos os direitos, liberdades e garantias” (CANOTILHO E MACHADO, 2003, p. 32).

O Estado exerce sua função reguladora nesse quesito pelo Ministério da Comunicação. A Secretaria de Radiodifusão (que pertence à pasta em comento) é responsável resumidamente por “Formular e avaliar a execução de políticas públicas, diretrizes, objetivos e metas relativas aos serviços de radiodifusão e de seus auxiliares e propor e supervisionar a elaboração de estudos e atividades que visem à inovação tecnológica do setor” (BRASIL, 2020).

Observa-se que a Secretária de Radiodifusão deve fiscalizar, principalmente, as emissoras públicas, com a finalidade de garantir que a programação exibida esteja em harmonia com a função social e não apenas com a finalidade lucrativa. A importância dessa fiscalização é garantir que a audiência, que é composta inclusive por crianças, tenha acesso a programas de qualidade.

Uma pesquisa realizada por Jane Teles Silva comprovou que a programação transmitida pelas televisões possui duas funções culturais no desenvolvimento das crianças:

Podemos identificar duas funções da TV na formação cultural dos indivíduos: a primeira tem a ver com uma ação deformativa (propagando ideologias dominantes); já a segunda teria uma ação formativa (divulgando informação para a construção de conhecimento) (SILVA, 2010, p. 1).

Não são apenas as crianças são impactadas pelos programas de televisão. Os adultos também podem sofrer o chamado “efeito de real”. Pierre Bourdieu explica que, quando o indivíduo é exposto a sons e imagens, acredita naquilo que está vendo, ou seja, tem o “efeito de mobilização”:

As variedades, os incidentes ou os acidentes cotidianos podem estar carregados de implicações políticas, éticas, etc. capazes de desencadear sentimentos fortes, frequentemente negativos, como o racismo, a xenofobia, o medo-ódio do estrangeiro, e a simples narração (...) implica sempre uma construção social da realidade capaz de exercer efeitos sociais de mobilização (ou de desmobilização) (BOURDIEU, 1997, p. 28).

O acesso à informação jornalística a ser transmitida pelos canais de televisão é um imperativo constitucional (artigo 221, III, CF/1988) (BRASIL, 1988). E, apesar de ser uma garantia da sociedade, conforme Bourdieu alertou, pode ser utilizado para

influência sobre as massas. A televisão tem um poder de induzir a audiência tão pungente que é chamado de “quarto poder, que interfere de forma sistemática na sociedade, em contrapartida aos poderes Legislativo, Executivo e Judiciário, aí estaria o poder da comunicação social” (PAULA, 2011, p. 64).

Nesse ponto, é relevante ressaltar que o sentido da palavra “poder”, empregado na expressão “poder da comunicação social”, é de algo para além dos poderes constituídos, sendo percebido como uma força potente de influência sob o plano social, da mesma forma que o poder econômico. A Constituição reconhece a existência do poder econômico (artigo 14, §9º) e veda o abuso na utilização dessa força (artigo 173, § 4º).

Essa influência pode ser positivamente utilizada, a “partir da seleção dos assuntos a serem noticiados, o jornalista pode assumir papel social como, por exemplo, quando constata e divulga a restrição aos Direitos Humanos” (REMPEL, 2016, p. 9). Significa dizer, “o jornalista tem função social mediante sua tarefa de trabalho” (REMPEL, 2016, p. 61).

“Por meio da notícia, o repórter consegue noticiar fatos e eventos e em alguns casos ajudar as pessoas ou comunidades que necessitam de respaldo político ou social, para a solução dos problemas reportados” (REMPEL, 2016, p. 61). Entretanto, contrariando as finalidades sociais da televisão, Bourdieu (1997, p. 25) alerta sobre os “*omnibus*”, também conhecidos como “fatos ônibus”. São os acontecimentos que interessam a todos ao mesmo tempo e que “não envolvem disputa, que não dividem, que formam consenso”. Ao mesmo tempo, não acrescentam em nada para quem assiste, ou seja, não cumprem nenhuma função social.

Verifica-se que o “poder da comunicação social” não é adequadamente utilizado, de tal forma que a função social da televisão se torna um segundo plano, cedendo espaço para os “fatos ônibus”.

Esse “poder da comunicação social” ou “poder de influência das massas” é explicado por Theodor Adorno e Max Horkheimer. Para os autores, a mídia controla

e determina uma “cultura de massa”, de modo que a sociedade recebe um modelo de comportamento que deve apresentar. O indivíduo acata os valores incutidos pela mídia, que é a detentora do poder, de forma passiva, sem ter a possibilidade de escolher conscientemente seus desejos, valores e comportamentos.

Adorno e Horkheimer explicam que “cultura de massa” é a mesma coisa que “cultura do entretenimento”, que exercem seu “controle sobre os consumidores” (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 112) através da diversão:

Mas essa tendência já é imanente ao próprio princípio de diversão enquanto princípio burguês esclarecido. Se a necessidade de diversão foi em larga medida produzida pela indústria, que às massas recomendava a obra por seu tema, a oleogravura pela iguaria representada e, inversamente o pudim em pó, pela imagem do pudim, foi sempre possível notar na diversão a tentativa do impingir mercadorias, a *sales talk*, o pregão do charlatão de feira. Mas a afinidade original entre os negócios e a diversão mostra-se em seu próprio sentido: a apologia da sociedade. Divertir-se significa estar de acordo (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 119)

Dessa forma, os autores explicam como a burguesia, ora as corporações que patrocinam o entretenimento através de músicas, filmes, programas de televisão, utilizam a “cultura do entretenimento” para moldar as massas e garantir que a população adote determinado comportamento. Ou seja, os programas de televisão são utilizados para influenciar os telespectadores a pensar da forma que os patrocinadores querem, “fazem da televisão um formidável instrumento de manutenção da ordem simbólica” (BOURDIEU, 1997, p. 21).

Adorno e Horkheimer analisam ainda que a “cultura do entretenimento” não patrocina produções com conteúdos agregadores para o telespectador. Pelo contrário, tudo que é produzido visa única e exclusivamente a garantir os interesses dos patrocinadores:

O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 100).

Bourdieu (1997, p. 23-24) segue sua análise, demonstrando como a televisão poderia ser um instrumento em prol da sociedade, ao invés de ser utilizada para a manipulação:

Ora, o tempo é algo extremamente raro na televisão. E se minutos tão preciosos são empregados para dizer coisas tão fúteis, é que essas coisas tão fúteis são de fato muito importantes na medida em que ocultam coisas preciosas. Se insisto nesse ponto, é que se sabe, por outro lado, que há uma proporção muito importante de pessoas que não lêem nenhum jornal; que estão devotos de corpo e alma à televisão como fonte única de informações. A televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população. Ora, ao insistir nas variedades, preenchendo esse tempo raro com vazio, com nada ou quase nada, afastam-se as informações pertinentes que deveriam possuir o cidadão para exercer seus direitos democráticos (BOURDIEU, 1997, p. 23-24).

Como a televisão atua como “poder da comunicação social”, deveria utilizar a influência que tem sob a população com informações úteis e necessárias à sociedade, por exemplo, propagar direitos e contribuir para o processo de desmantelamento do preconceito.

“A representação social, o chamado se ‘ver na tela’, consegue propagar direitos e fazer com que eles sejam reconhecidos” (TURATTI JUNIOR; 2019, p. 85) pela sociedade, esse efeito pode ser melhor abordado nas telenovelas e nos casos reais que ocorrem nos programas de formato *reality show*. “Uma orientação sexual ou a diversidade racial, fadadas ao preconceito” por exemplo, quando bem abordadas pela televisão, “consegue viabilizar o aceitação da condição de indivíduo, também como titular de direitos humanos” (TURATTI JUNIOR; 2019, p. 86). “É importante para a construção social de respeito e tolerância o ‘ver na tela’, a representatividade” (TURATTI JUNIOR; 2019, p. 86).

Quanto à capacidade que a televisão tem de produzir o “efeito do real”, Bourdieu (1997, p. 29) explica que “ela pode fazer ver e fazer crer no que faz ver”. Ou seja:

As variedades, os incidentes ou os acidentes cotidianos podem estar carregados de implicações políticas, éticas etc. capazes de desencadear sentimentos, como o racismo, a xenofobia, o medo-ódio do estrangeiro, e a simples narração, o fato de relatar, *to record*, como *repórter*, implica sempre

uma construção social da realidade capaz de exercer efeitos sociais de mobilização (ou de desmobilização) (BOURDIEU, 1997, p. 29).

Ainda sobre a capacidade que o indivíduo possui de trazer para sua realidade aquilo que vê na arte:

Ultrapassando de longe o teatro de ilusões, o filme não deixa mais à fantasia e ao pensamento dos espectadores nenhuma dimensão na qual estes possam, sem perder o fio, passear e divagar no quadro da obra fílmica permanecendo, no entanto, livres do controle de seus dados exatos, e é assim precisamente que o filme adentra o espectador entregue a ele para se identificar imediatamente com a realidade (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 104).

Positiva ou negativamente, é inegável a capacidade da arte de influenciar e moldar uma padronização humana. “A cultura sempre contribuiu para domar os instintos revolucionários, e não apenas os bárbaros”; já a “cultura industrializada faz algo a mais. Ela exercita o indivíduo no preenchimento da condição sob a qual ele está autorizado a levar essa vida inexorável” (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 126).

Com o advento da internet e das redes sociais, a televisão não é mais a única fonte de informação da população, atualmente “as redes sociais representam um importante espaço para debate e comunicação” (FABRIZ; DE MENDONÇA, 2022, p. 127).

Entretanto, conforme os dados já referidos na presente pesquisa, não restam dúvidas do monopólio que a televisão possui na formação de opinião de uma parcela expressiva da população. Além do mais, conforme já citado, esse monopólio inclui a formação da opinião infantil e garante o “coronelismo eletrônico” do público em geral.

Nesse aspecto, concordamos com Bourdieu e com Rempel quando ambos alertam quanto à possibilidade de a notícia veiculada pela televisão poder servir a uma finalidade social, ao bem democrático e à conscientização da população quanto aos seus direitos, principalmente seus Direitos Humanos Fundamentais. Nas próprias palavras de Bourdieu (1997, p. 13) a televisão “poderia ter se tornado um

extraordinário instrumento de democracia direta”, em vez de ter se convertido em “instrumento de opressão simbólica”.

Visando ao bem estar social, a televisão também pode ser utilizada como recurso pedagógico para auxiliar no conhecimento em sala de aula. Dessarte, “A TV não deve servir apenas para reproduzir os conteúdos, mas para produzir novas formas de interação entre o conteúdo, os alunos e o ambiente da telessala”, servindo para que ocorram “mudanças do paradigma existente no contexto escolar” (PINHEIRO, 2012, p. 37).

Inclusive, essa finalidade educativa da televisão está em perfeita consonância com os princípios previstos na Constituição Federal brasileira.

Dentro de todo esse contexto de monopólio das televisões e da finalidade econômica que as empresas privadas impõem às emissoras públicas por causa da RSC, e considerando o objeto de estudo da presente dissertação, surge um questionamento: É possível estabelecer uma relação entre a função social da televisão e os programas de *reality shows*? Para Tavares (2014, p. 15), “Existe relação direta no sentido que esses programas fazem parte da programação televisiva todos os anos”.

Antes de nos aprofundarmos nessa resposta, ressaltamos que a função social é imperativa às emissoras de televisão. Como explicitado, elas são detentoras de uma concessão pública, que, como todo bem público, deve ter uma finalidade em prol do coletivo. Caso a Concessionária não respeite os princípios imperativos constitucionais do artigo 221, ela pode e deve perder a concessão.

3.3 REALITYS SHOWS E SEU PODER DE INFLUÊNCIA SOBRE AS MASSAS

A massa mantém a marca, a marca mantém a mídia e a mídia controla a massa.

George Orwell.

O Primeiro programa no formato de *reality show* do mundo, o “The Real World” (“Na Real”), foi ao ar em 1992, produzido pela emissora norte-americana MTV. O objetivo era “mostrar a convivência de pessoas comuns, estranhas umas às outras e vivendo juntas num ‘cativeiro’. Suas vidas eram filmadas e expostas para todos” (GARCIA et al., 2006, p. 1).

Podemos conceituar esse formato como “um tipo de programa televisivo apoiado na vida real” (GARCIA et al., 2006, p. 1) ou ainda como “um gênero que expõe e explora a dimensão espetacular do cotidiano dos participantes, que são expostos representando-se em diferentes situações”¹⁹ (GONÇALVES, 2021, p. 23, tradução nossa).

Marília Pereira Bueno Millan defende que “reality show é uma das versões pós-modernas da encenação da vida humana” (MILLAN, 2006, p. 191) e que a encenação da vida real sempre despertou o interesse humano.

Vicente Riccio (2001) exemplifica as diversas ramificações que esse formato de programa possui:

Os reality shows de aventura, em que há uma mistura de realidade e ficção; os reality shows de intimidade, em que as pessoas expõem seus problemas privados; os de sociedade, que se caracterizam por uma intervenção do aparelho mediático e fazem uma mistura entre realidade e ficção ou se detêm somente sobre a realidade; shows que procuram valorizar o testemunho dos indivíduos comuns (RICCIO, 2001, p. 796).

Atualmente, encontramos programas no formato *reality* nos canais internacionais e nacionais, e nas emissoras de televisão paga e de transmissão aberta. Na rede

¹⁹ No original: “[...] un género que exhibe y explora la dimensión espectacular de la vida cotidiana de los participantes, que son expuestas representando a si mismas en diferentes situaciones”.

aberta brasileira, os programas de maior influência e audiência são “Big Brother Brasil” e “A Fazenda”, produzidos e transmitidos, respectivamente, por Rede Globo e Rede Record (Kantar IBOPE Media, 2022). Nos canais pagos e redes de *streamings*²⁰, os programas mais relevantes são “De férias com o ex” (Kantar IBOPE Media, 2022) e “Casamento às Cegas” (NETFLIX, 2022).

Uma pesquisa realizada pelo Kantar Ibope Média aponta o crescimento exponencial que os programas no formato *realitys shows* vêm apresentando nos últimos anos. Em 2021, foram 294 milhões de *tweets*²¹ sobre os programas, o que representa um aumento de 26% em relação ao ano anterior. E, dos *tweets* que abordavam os programas de televisão de forma geral, 92% falavam de *realitys shows* (Kantar IBOPE Media, 2022).

Adorno e Horkheimer (2006) desvendam como a “cultura do entretenimento” é utilizada pelos grandes empresários para moldar a sociedade e gerar o comportamento adequado, de modo que o indivíduo perde sua capacidade de pensar sozinho. Bourdieu (1997) esclarece a força econômica que a televisão tem para apresentar ou deixar de apresentar determinados fatos, tudo de acordo com o interesse da emissora. E os dados apresentados nesse tópico demonstram o poder exponencial de influência que os *realitys shows* possuem de influenciar a sociedade.

Gabriela Marques Gonçalves (2021, p. 23) sublinha a relevância desse formato de programa para as emissoras de televisão em tempos de concorrência com as redes de *streaming* “[...] quando são bem sucedidos, esses programas atraem tanto ou interessam mais do que os programas de televisão por assinatura, mostrando assim

²⁰ Traduzindo do inglês, significa “transmissões”. É uma tendência recente em que plataformas online transmitem filmes, séries e músicas. Essas plataformas podem produzir suas próprias séries e/ou novelas. Como exemplos desse modelo podemos citar Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, HBO MAX, Globoplay, entre outras.

²¹ *Tweets* é o termo empregado para denominar as publicações que os usuários expõem na rede social *Twitter*.

sua importância para a televisão gratuita na disputa pela audiência” (tradução nossa).²²

Esse aumento do engajamento do público com os programas despertou o interesse das marcas, que vislumbraram uma oportunidade de “fazer uma propaganda indireta” para esses consumidores. Na mesma pesquisa mencionada, foi constatado um aumento de 79% de “Inserções na TV” nesses programas na comparação entre 2021 e 2020 (Kantar IBOPE Media, 2022). Assim, “o crescimento das inserções nesse tipo de formato em reality shows (na TV) foi maior que a média da publicidade na TV (total) para o gênero” (Kantar IBOPE Media, 2022, p. 2).

Além das “Inserções na TV”, as marcas têm investido em ações publicitárias junto aos programas de *reality shows*. A título de exemplo, podemos citar o patrocínio de festas e provas²³ temáticas, de ações especiais em dias festivos (como páscoa, carnaval e dia das mães). Dois exemplos de ações bem sucedidas foram:

Festa do Méqui - BBB 21

Em março deste ano, o McDonald's promoveu uma festa do Pijama no BBB 21. A marca estava presente no cenário, figurino e lanches disponíveis para os participantes. A ação fez com que ela figurasse nos trending topics do Twitter e tivesse um grande número de acessos ao seu app.

[...]

Novo Nissan Versa - A Fazenda 12

No ano passado, a Nissan promoveu uma ação na Fazenda em que os participantes tinham que criar uma campanha publicitária para o lançamento do modelo Versa. A participante Lidi Lisboa se destacou na ação, foi elogiada pelo público nas redes sociais, e a marca a contratou para protagonizar uma campanha após o reality (Kantar IBOPE Media, 2022, p. 1).

Dado o sucesso dessas ações que conseguem conectar a marca com seus potenciais clientes, ao lhe proporcionar comentários para além das telas de televisão, com máximo engajamento nas redes sociais (principalmente *Facebook*,

²² No original: “Además, destacamos el alcance que tienen los reality shows en la audiencia televisiva, ya que cuando tienen éxito, estos programas atraen tanto o más interés que los programas de la televisión de pago, mostrando así su importancia para la televisión en abierto en la disputa por la audiencia”.

²³ Nesse estilo de formato é comum a realização de disputas entre os participantes para ganhar poderes e privilégios dentro da temática do formato, por exemplo: no programa “A Fazenda”, da emissora Record, tem-se a “prova do Fazendeiro”, do “Lampião” etc. Já no Big Brother Brasil, da Globo, há a “prova do líder” e do “anjo”.

Instagram e *Twitter*), houve um aumento de 79% de “ações em TV Merchandising para o gênero reality show em 2021 em relação a 2020” (Kantar IBOPE Media, 2022, p. 2). Em números, só o programa Big Brother Brasil, no ano de 2021, “angariou mais de 51 milhões de dólares com publicidade, algo nunca visto na indústria dos realities” (GUINNESS BOOK, 2022).

No Brasil, a relevância dos programas de entretenimento no formato *reality show* alcança números estratosféricos. A título de curiosidade, os dois programas mais comentados no *Twitter* em 2020 foram *reality shows* brasileiros (Kantar IBOPE Media, 2022), o que permite apenas um vislumbre de todos os desdobramentos que esse formato pode apresentar.

Outro fato que comprova a relevância desse tipo de programa em nosso país é que o *reality show* Big Brother Brasil conquistou um lugar no Guinness World Records²⁴ com uma votação popular, quando angariou mais de 1,5 bilhão de votos no site oficial, garantindo ao programa o “título do Guinness World Records da maior quantidade de votos do público recebidos por um programa de televisão” (GUINNESS BOOK, 2022).

Esses números impactantes e a enormidade da audiência costumam ser associados à publicidade de que as grandes empresas e marcas podem usufruir. Não obstante, todo esse engajamento abre a interessante possibilidade para que os programas no formato *reality show* abordem temáticas relevantes para a sociedade com grande potencial de repercussão, atentando-se ao previsto no artigo 221 da Constituição Federal, que prevê que os programas de televisão precisam atender a princípios educativos, artísticos, culturais e informativos, além de promover a cultura regional e respeitar os “valores éticos e sociais da pessoa e da família” (BRASIL, 1988).

Alguns programas de *reality show* conseguem transpor as barreiras do entretenimento e do quadro aberto para a exposição de marcas e fomentar discussões de interesse público, permitindo que algumas pessoas tenham o

²⁴ Traduzido para o português como Livro Guinness dos Recordes, é uma coletânea de recordes de nível internacional atingindo por seres humanos, por extremos da natureza e por grandes feitos.

conhecimento necessário para desmistificar preconceitos socialmente entranhados, por exemplo.

O papel das mídias nesse processo não é pequeno, “seja a fim de perpetuar os discursos dominantes, seja ao abrir espaços para a visibilidade dos desvios e da abjeção” (GADELHA et al., 2021, p. 15). A esse respeito:

[...] é interessante pensarmos como a popularização do reality show abriu portas para a irrupção de outros discursos, não só sobre o drag, mas também sobre a sexualidade e o gênero; discursos cujas materialidades circulam também nos espaços midiáticos (GADELHA et al., 2021, p. 4).

Nesse ponto, Tavares (2014, p. 18) pondera: “Os programas de *reality show* são possuidores de grande audiência. Invade os milhares de domicílios do nosso país e porque não dizer o imaginário e que muitas vezes se reflete nas práticas cotidianas”. Considerando que o que ocorre dentro desses programas é trazido para a “realidade de fora”, fica evidenciado como estes podem ter uma abordagem positiva ou negativa para questões sociais com importante reverberação.

Em contrapartida, existem alguns *reality shows* no âmbito internacional que, em vez de cumprir a função de promover uma cultura regional, servem para criar estereótipos negativos para uma determinada população – é o que faz, por exemplo, o programa *Los Gypsy Kings* em relação aos ciganos (GONÇALVES, 2021). Por conta da narrativa criada por esse programa, entidades, associações e ativistas o denunciaram, visto que a população cigana não concordava com a mensagem transmitida pela atração para o resto da população espanhola. Ademais, “[...] para dois dos entrevistados, programas como esse podem ajudar os vizinhos a mudar a boa percepção que têm deles, rompendo com o que a comunidade cigana vem construindo para conviver com a sociedade majoritária” (GONÇALVES, 2021, p. 30, tradução nossa).²⁵

²⁵ No original: “Además, para dos de los entrevistados, programas como este pueden contribuir a que vecinos cambien la buena percepción que tienen sobre ellos, rompiendo con lo que la comunidad gitana ha estado construyendo de cara a la convivencia con la sociedad mayoritaria”.

Alguns estudiosos, como Marília Pereira Bueno Millan, acreditam que programas nesse formato realístico “revelam a morte do sujeito, a fugacidade das experiências vividas, a desvalorização da história e o culto à imagem e à superficialidade” (MILLAN, 2006, p. 191). A autora aponta, ainda, que “somos atraídos pelo fútil, pela curiosidade ávida de sensacionalismo e pela excitação banal” e que esses programas “nos proporcionam tudo isso, adormecendo nossa capacidade crítica já tão abalada pela alienação de nossas consciências” (MILLAN, 2006, p. 195).

Sintetizando a crítica da autora:

[...] a função desse tipo de programa é aprofundar a alienação, impedindo os processos de pensamento crítico. Para isso, mobilizam-se aspectos primitivos do psiquismo humano através da sedução do espectador, ou seja, acreditando-se poderoso e capaz de decidir o destino dos participantes, o público deixa-se levar pela imagem narcísica refletida na tela. O prazer advém do triunfo e da onipotência, o que acaba criando um círculo vicioso de consumo e audiência (MILLAN, 2006, p. 197).

Existe, ainda, a crítica de uma parcela expressiva de psicanalistas à exposição da vida privada, que é intrínseca a esse tipo de programa, repudiando-se duramente “a exposição pública de problemas pessoais, como alcoolismo, homossexualidade, aids, incesto, infidelidade, traição, cobiça etc” (RICCIO, 2001, p. 797).

Ressaltamos que, juridicamente, mesmo com toda essa exposição, não existe uma violação ao direito à privacidade, que “consiste na possibilidade de a pessoa controlar, tanto quanto possível, a massa de informações sobre si mesma a que os outros podem ter acesso” (CANOTILHO E MACHADO, 2003, p. 56). Na relação do sujeito para consigo mesmo, a privacidade é um direito e não um dever, logo, o indivíduo tem autonomia para delimitar os aspectos da sua vida privada que devem ser resguardados, podendo-se abdicar dessa prerrogativa.

Nesse estudo, o alinhamento é o posicionamento discordante da crítica psicanalítica. Pensamos que é justamente a “exposição da vida privada” que dá a oportunidade de desmistificar alguns tabus na sociedade e, conseqüentemente, conscientizar a população, dentro do propósito constitucional já mencionado.

Outra forma de esses programas trazerem novos pensamentos para seus telespectadores é por meio do “fluxo constante de dramas éticos”, que permite que o grande público debata “sobre aspectos morais, reforçando ou questionando alguns valores”. Esses dramas são trazidos pelos personagens do programa que, ao se exporem ao julgamento público, fazem com que esse reavalie seus próprios valores (GONÇALVES, 2021, p. 23).

Apesar de constar no imaginário popular que as emissoras pertencem a um grupo empresarial com fins meramente lucrativos (e conseqüentemente de entretenimento, pois, para arrecadar com publicidade, é preciso ter audiência e, para ter audiência, é imperioso transmitir programas facilmente atrativos às massas), as emissoras pertencem ao Estado brasileiro, conforme já explicado no tópico anterior.

O *reality show*, como um produto e serviço, “é lançado para satisfazer necessidades e desejos de seu público-alvo e de seus parceiros de negócio envolvidos com o programa” (MACKENZIE, 2022). Assim, os diretores desse programa se utilizam de meios para a sedução do espectador, mobilizando “aspectos primitivos de seu psiquismo, fazendo com que ele se sinta narcisicamente poderoso e onipotente e se acredite dono do destino dos participantes do programa” (MILLAN, 2006, p. 191). Essa crença em ser “dono do destino” da vivência alheia é garantida pela votação popular, algo característico desse estilo de atração.

Os principais pontos que permitem prender a atenção do público são: escolha do elenco; *storytelling*; boas narrativas, com começo, meio e fim; provas que possuam mensagem subliminar e apoio das redes sociais (MACKENZIE, 2022).

Os produtores dos *reality shows* escolhem pessoas para cumprir diferentes personagens, para garantir a identificação do público. “Cada pessoa representa um mar revolto de desejos, ambições, decepções, que influencia a forma como constrói a sua própria realidade” (COURA, 2022).

Ao eleger indivíduos diferentes, com vivências e experiências diversas, aumenta-se a chance de ocorrer desentendimentos, brigas e discussões (MACKENZIE, 2022).

Nessa perspectiva, “é por meio de uma boa seleção de candidatos que os dramas, conflitos, casos amorosos, complôs e diversas outras situações criadoras de audiência podem ser estimulados” (CASTELO E CARVALHO, 2005, p. 6).

Quanto a esses personagens estrategicamente escolhidos, “cada ator social atribui certa relevância a determinados temas, aspectos ou situações, constituindo representações de suas experiências” (FUZER, 2012, p. 408).

O *storytelling* fica por conta da produção, que edita vídeos de modo a construir uma linha narrativa e boas histórias, prendendo a atenção do público. Nos *reality shows*, “os produtores procuram deter o controle das ‘cenas’ que acontecem entre os participantes, com a intenção de gerar situações que atraiam audiência” (CASTELO; CARVALHO, 2005, p. 11). Essas boas narrativas criadas pela produção precisam ter uma continuação ao longo da duração do programa, haja vista que o cérebro humano é ávido pela curiosidade de saber a conclusão dessas histórias, ou seja, é uma forma de prender a audiência (MACKENZIE, 2022).

Em suma, essas narrativas garantem que a audiência “viva a vida do outro”, criando uma codependência com o participante que despertou a sua atenção. Nesse prisma,

Nada melhor do que os shows da vida real para colocar o indivíduo nesse patamar de angústia: viver a vida de outros. Envolvido a ponto de agir, atuar e estabelecer dependência, a fim de efetivar um laço social perverso do tipo voyeurismo/exibicionismo, caracterizado pelo acompanhamento em tempo integral da vida e do sofrimento do outro, abstraindo-se o sujeito do real de sua própria experiência (CARNEIRO et al., 2005, p. 6).

Ademais, uma boa narrativa é aquela que o espectador retira do mundo televisivo e leva para sua vida privada, ou, melhor dizendo, “na mídia, situações do mundo privado acabam se ‘encontrando’ em contextos comuns, nos quais interpretações particulares de cada experiência se entrelaçam” (FUZER, 2012, p. 403), gerando uma empatia entre telespectador e participante. Assim, cada ator social atribui certa relevância a determinados temas, aspectos ou situações, constituindo representações de suas experiências (FUZER, 2012, p. 408).

Quanto às provas com mensagens subliminares, podemos definir como algo que “nos envolve emocionalmente”, pois, quando os membros do elenco “participam de provas inesquecíveis, as marcas e os patrocinadores ficam em evidência” (MACKENZIE, 2022).

No que tange ao apoio das redes sociais, esse se mostra relevante para as ações de *marketing* e para os debates de cunho social. Quando um assunto ganha relevância dentro do programa, é natural que a audiência o leve para as redes sociais, ou seja, “o indivíduo toma conhecimento de um fato por meio da mídia e discute o assunto com outras pessoas, participando de uma rede de influências discursivas que viabiliza e enriquece a formação da opinião” (FUZER, 2012, p. 404).

Esse debate, para Vicente Riccio (2001, p. 774), “seriam espaços de exposição de profundos e permanentes conflitos entre o direito oficial e as concepções populares de justiça”. Por consequência, teriam o poder de alterar as convicções e percepções das massas.

Outro ponto que ajuda no sucesso desse formato é o sonho que algumas pessoas têm de participar de *reality shows*, porquanto veem a sua passagem pela televisão como uma porta para o sucesso e a fama instantânea. “Participar de um reality show tem o poder de tirar uma pessoa do anonimato e levar ao reconhecimento nacional” (UFU, 2022). Como bem asseveraram Canotilho e Machado (2003, p. 71):

[...] o mesmo [programa Big Brother] acabou por proporcionar a alguns dos concorrentes, que não só os vencedores, oportunidades sociais, culturais, profissionais e econômicas que os mesmos dificilmente teriam nas circunstâncias em que se encontravam à partida.

De fato, ser participante desse tipo de programa se tornou um ofício “com a possibilidade de conquista da estabilidade profissional na indústria cultural”. Além disso, “há todo um subgênero que oferece abertamente o emprego para aquele que lograr fugir às eliminações” (VIANA, 2015, p. 98). Nessa toada,

Em America's next top model o prêmio para a moça que resistir às provações, mas jamais a sua obrigatoriedade, é um contrato com a empresa Elite Management e com uma marca de cosméticos; em O

Aprendiz, é oferecido um emprego de um ano como executivo na empresa do apresentador que estiver no comando do show; em Por um fio, no qual concorrem cabeleireiros, o vencedor deve realizar um editorial para uma revista feminina; Hell's Kitchen, um programa no qual os participantes devem cozinhar sob todas as formas de assédio moral imagináveis, agracia o sobrevivente com a vaga de chef executivo em um restaurante diferente a cada edição. A remuneração-prêmio, ofertada como contrapartida pela labuta televisionada, é a mesma que aquela prometida a estagiários: mais trabalho! (VIANA, 2015, p. 98).

Seja pelo sonho de conquistar a fama, seja pela necessidade de observar as encenações da vida real ou, ainda, pelo retorno financeiro de uma campanha publicitária, é inegável o poder sobre as massas que os programas de *reality show* detêm. E esse poder de influência sobre a opinião pública deve ser utilizado não apenas para o entretenimento dos indivíduos e enriquecimento das grandes empresas. Deve, também, ser manejado no sentido de conscientizar a população principalmente quanto aos Direitos Humanos Fundamentais e atos que lhes são violatórios. Casos dessa natureza ocorridos no Big Brother Brasil são o tema do próximo item.

4 CASOS DE VIOLAÇÕES A DIREITOS HUMANOS FUNDAMENTAIS EM REALITY SHOWS NO BRASIL

Como visto, os programas de *reality show* no Brasil possuem uma grande parcela de telespectadores que são fãs do formato e garantem um grande índice de audiência. Nesse sentido, as ações praticadas pelos participantes são atentamente observadas pelo público, e, se violarem alguma regra moral, ou até mesmo, se constituírem algum crime, podem repercutir negativamente na sociedade.

Canotilho e Machado (2003) abordam a perspectiva de desrespeito aos Direitos Humanos Fundamentais sob a ótica do participante *versus* o programa, e a consequente exposição da privacidade e da vida íntima desse indivíduo. Como visto no tópico anterior, os autores defendem que não existe esse desrespeito, uma vez que há uma liberdade para gerir a própria vida e escolha do que expor ou preservar.

Dando continuidade à proposta desse estudo, nesse tópico, serão avaliados 5 (cinco) casos paradigmáticos de desrespeito a Direitos Humanos Fundamentais entre participantes de *Reality Shows* no Brasil. São situações que envolvem um indivíduo contra o outro. Foram levados em consideração os episódios com maior repercussão nacional que ocorreram em programas transmitidos no formato 24 (vinte e quatro) horas, ao vivo em canal aberto. Esse tipo de programação ininterrupta não tem um filtro do que será exibido para o público que acompanha ao vivo, podendo ser transmitidas falas, gestos e/ou atitudes que podem ferir outro participante e/ou um grupo social.

Nesse sentido, buscaremos saber qual foi a resposta que cada programa teve diante da respectiva violação a Direitos Humanos Fundamentais, bem como os desdobramentos nas instituições públicas (delegacias e Ministério Público) e privadas (patrocinadores e audiência).

4.1 CASO DE HOMOFOBIA ENTRE PARTICIPANTES NO BBB 10

No ano de 2010, a emissora Globo Comunicações e Participações S/A transmitia o sucesso de audiência Big Brother Brasil 10 - BBB 10. No referido programa, o participante Marcelo Dourado era oponente de outro participante, Dicesar, declaradamente homossexual. Marcelo foi responsável por diversas falas preconceituosas como “orgulho hétero” e “resistência heterossexual” (VEJA, 2022).

As afirmações de Marcelo eram de caráter homofóbico e, apesar do teor discriminatório, à época, não havia nenhuma lei ou entendimento jurisprudencial que criminalizasse tal conduta. Atualmente, as falas do participante seriam enquadradas no crime de racismo, na forma da Lei n. 7.716/1989 (BRASIL, 1989), de acordo com a decisão histórica do Supremo Tribunal Federal, que, na Ação Direta de Inconstitucionalidade por Omissão nº 26, decidiu que a referida lei deve ser aplicada em casos de LGBTfobia, até elaboração de legislação específica por parte do Congresso Nacional (BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Ação Direta de Inconstitucionalidade por Omissão nº 26. Relator: Ministro Celso de Mello. 13 de junho de 2019).

Portanto, se o caso em comento ocorresse nos dias de hoje, o participante teria cometido crime inafiançável e imprescritível, podendo ser condenado de um a três anos de prisão, na forma da Lei n. 7.716/1989 (BRASIL, 1989), por crime de ofensa e discriminação contra gays.

O discurso homofóbico, que despertou medidas judiciais, ocorreu no dia 2 de fevereiro de 2010, nesse mesmo *reality show* em evidência, que só foi ao ar no dia 9 de fevereiro do mesmo ano, em um quadro que reprisava os melhores momentos do programa (ESTADÃO, 2010). Nesse episódio, o participante Marcelo Dourado proferiu a seguinte frase: “Hétero não pega AIDS, isso eu digo porque eu conversei com médicos e eles disseram isso. Um homem transmite para outro homem, mas uma mulher não passa para o homem” (GLOBO, 2010).

Após o programa divulgar a conversa que continha a afirmação preconceituosa de que “hétero não pega AIDS”, a população se revoltou, principalmente a comunidade LGBTQI+. O presidente da Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais (ABGLT) se manifestou acerca do caso, alertando que “não podíamos deixar passar em branco as ofensas que ele fez à nossa comunidade em rede nacional” (G1 GLOBO, 2010).

Quando procurada por portais jornalísticos, a emissora se limitava a emitir o seguinte comunicado: “a emissora não é responsável pelas declarações e opiniões pessoais dos participantes de reality show” (TERRA, 2010). Na oportunidade da transmissão do diálogo intolerante, o apresentador do programa, Pedro Bial (GLOBO, 2010), se limitou a dizer:

As opiniões e batatadas emitidas pelos participantes do programa são de responsabilidade exclusiva dos participantes deste programa. Para ter acesso a informações corretas sobre como é transmitido o vírus HIV acesse o site do Ministério da Saúde.

A medida adotada pela emissora foi considerada insuficiente pelo Departamento de DST, Aids e Hepatites Virais do Ministério da Saúde, “[...] vistos os possíveis danos causados à saúde pública pela declaração de Marcelo Dourado, levando em conta a larga audiência do programa e o fato de muitos telespectadores não terem acesso à internet” (ROSSI, 2010).

Ora, conforme já explicitado, as emissoras de televisão têm responsabilidade pelo que é transmitido em seus canais, devendo, em respeito ao artigo 221 da Constituição Federal de 1988, informar corretamente seu público (BRASIL, 1988).

No mesmo sentido, o Ministério Público Federal (MPF) entendeu, em apertada síntese, que o posicionamento do programa não foi suficiente para transmitir informações corretas sobre as formas de transmissão do vírus HIV – Vírus da Imunidade Humana, bem como a reprodução da referida frase foi considerado um atentado “contra os programas de prevenção de doenças adotados pelos Poderes Públicos, constituindo verdadeira contrapropaganda, diante de seu grande poder de

convencimento" (COAD, 2009). Por esse motivo, o MPF, junto à Advocacia-Geral da União (AGU), ajuizou ação cautelar preparatória de ação civil pública.

Na ação em comento, o MPF e a Advocacia Geral da União requereram que a emissora exibisse durante o programa BBB10 um quadro de esclarecimento à população acerca das formas de contração do vírus HIV definidas pelo Ministério da Saúde, com duração de, no mínimo, o dobro de tempo utilizado para exibição das informações equivocadas. Em liminar, a Justiça Federal deferiu parcialmente os pedidos, sob pena de multa (COAD, 2009).

A emissora acatou a decisão da Justiça e explicou as formas de contágio da AIDS em um dos comerciais do programa no dia 29 de março de 2010 (OFUXICO, 2010). Mesmo com toda a repercussão negativa da frase proferida pelo participante, Marcelo Dourado foi o campeão do programa por voto popular (GLOBO MEMORIAL, 2021).

O participante, no entanto, doze anos depois, reconheceu o impacto de suas falas preconceituosas sendo transmitida em um programa de tamanha repercussão nacional e manifestou seu arrependimento por meio de sua rede social *instagram* (MAKTUBDOURADO, 2022).

Na ocasião, Marcelo Dourado se desculpou com a comunidade LGBTQI+ quanto às suas falas preconceituosas, aproveitando a oportunidade para transmitir uma mensagem de conscientização para os seus 83.000 (oitenta e três) mil seguidores:

[...] o fato de que eu era um cara muito mais ignorante há doze anos atrás do que eu sou hoje. E eu não percebi na hora que a frase que meu adversário falava 'o mundo é gay' era uma frase de resistência e inclusão. Na minha cabeça limitada, eu pensava que era uma frase afirmativa genérica. E eu não percebia a importância daquilo para as pessoas que estão envolvidas nessa comunidade, que são constantemente vítimas de violência. A resistência pertence às minorias, e nenhum hétero foi espancado até a morte por sua sexualidade, diferente da comunidade LGBTQIA+. No Brasil, existem casos gravíssimos recorrentes, diários, de agressão por pessoas que são ditas diferentes em função da sua sexualidade (MAKTUBDOURADO, 2022, transcrição nossa).

Por fim, Dourado, admitiu que suas falas do passado tiveram o condão de fazer com que pessoas preconceituosas se identificasse com ele e com o personagem que ele representava dentro do contexto do *reality show*. Nesse aspecto, aproveitou o momento para afastar essas pessoas de seu convívio. “De repente, confundiram esse meu jeito com uma pessoa preconceituosa, algo que abomino [...] Se você torceu por mim achando que o que nos unia era o preconceito, quero distância” (MAKTUBDOURADO, 2022, transcrição nossa).

O participante Dicesar relata, na entrevista que concedeu para o site “Pheeno”, que “os piores ataques aconteceram fora da casa e foram promovidos pelos fãs que o lutador tinha na época” (SOUZA, 2022), se referindo à torcida de Marcelo. Detalhando os ataques de ódio que o participante sofreu, relata que “já tive muitos problemas com lutadores que amavam o Dourado e queriam me bater na rua, que cuspiram em mim quando eu saí do Big Brother” (SOUZA, 2022).

As agressões sofridas pelo participante Dicesar demonstra o potencial social de um programa de grande audiência em conscientizar o seu público, ou de causar o efeito reverso: a incitação do ódio e da violência.

A emissora, ao permitir que um participante tivesse a liberdade de proferir palavras discriminatórias e ao transmitir essas agressões sem tomar qualquer posicionamento contundente contra isso, colaborou para que outras pessoas se sentissem à vontade para reproduzir pensamentos que ferem os Direitos Humanos Fundamentais.

4.2 SUPOSTO CASO DE ESTUPRO DE VULNERÁVEL OCORRIDO NO BBB12

No mesmo programa do caso acima, em sua 12ª edição (BBB12), no ano de 2012, o *reality show* transmitiu as cenas do que teria sido um suposto estupro de vulnerável. Na madrugada do dia 15 de janeiro, após uma festa regada a bebidas e oferecida pelo programa a seus participantes, o casal Daniel e Monique, ao chegarem no quarto, deitaram na mesma cama e se acomodaram embaixo do edredom, momento

em que os telespectadores puderam assistir a movimentos característicos de relação sexual (MIGALHAS, 2012).

Logo, os internautas, por meio das redes sociais, começaram a se manifestar pela ocorrência de um estupro de vulnerável. O público alegou que Monique estava bêbada e inconsciente, aparentemente dormindo. Essa situação é apontada como uma das maiores polêmicas de todas as edições (VEJA, 2020).

Na manhã do dia 16 de janeiro do mesmo ano, a Polícia Civil do Rio de Janeiro abriu um registro de ocorrência e foi na sede da gravação dos programas para apurar os fatos e ouvir os envolvidos (ESTADÃO, 2012). O depoimento de Monique “vazou” no *Pay Per View*²⁶ e o público pode ouvir apenas as falas dela, já que o som das perguntas era inaudível:

O que eu lembro é que eu saí da festa, tomei banho, coloquei a camisola e deitei na cama e a gente se beijou. Eu me lembrava de um beijo, ele disse que foram dois. A gente passou a mão um no outro, e, realmente, é só isso que eu lembro. Eu fiquei com tesão e lembro que ainda dei um pulo na cama, fui pro lado contrário dele e falei ‘para, chega, chega’. Não me lembro de mais nada. Eu capotei (CARAS, 2012).

Na sequência, Monique disse que não se recordava de ter feito sexo com Daniel: “Eu não me lembro nada de sexo, só se ele foi muito mau caráter de fazer comigo dormindo, entendeu?” (CARAS, 2012). Monique mantém a versão de que não houve conjunção carnal naquele episódio (DA REDAÇÃO, 2021).

Na tarde do mesmo dia, a Secretaria de Políticas para as Mulheres enviou um ofício ao Ministério Público do Rio de Janeiro requerendo a providência de medidas cabíveis. O inquérito policial, no entanto, foi arquivado em março de 2012, haja vista Monique ter declarado que os atos foram consensuais (MIGALHAS, 2012).

Diante de toda a repercussão negativa e da intervenção da polícia, a direção do programa optou por expulsar o participante, se limitando a justificar a eliminação

²⁶ Os fãs do programa Big Brother Brasil que desejam ter o acesso praticamente integral de todas as câmaras existentes na casa/sede do programa compram o acesso às mesmas e assistem pela internet e/ou canal pago de televisão.

com uma explicação vaga, em que dizia aos espectadores que Daniel teve "grave comportamento inadequado" (UOL, 2022).

As imagens do suposto abuso sexual foram exibidas durante 9 minutos e 29 segundos na versão *pay-per-view*. Um pequeno trecho da cena foi mostrado na versão editada do programa, em TV aberta, em que, na sequência, o apresentador Pedro Bial comenta: "o amor é lindo" (PROCURADORIA DA REPÚBLICA EM SÃO PAULO, 2012).

Não se trata de mero "comportamento inadequado", e sim, de uma suspeita de crime, previsto no artigo 217-A, § 1º, do Código Penal (BRASIL, 1940), que foi incorporado ao Código em 2009 pela Lei nº. 12.015 (BRASIL, 2009). Denota-se que o fato narrado nesse item ocorreu em 2012, apenas três anos depois de a Lei entrar em vigor, motivo que, por si só, seria suficiente para o assunto ser amplamente abordado pelo programa.

Além disso, a sociedade brasileira é historicamente patriarcal e machista, de modo que toda oportunidade de combater essa mentalidade que faz mal às mulheres e a outras minorias representativas deve ser combatida.

Assim, a emissora perdeu uma grande oportunidade de servir aos fins previstos no artigo 221 da Constituição Federal (BRASIL, 1988) e de conscientizar a população de que manter relações sexuais com um parceiro desacordado, dormindo e/ou que por qualquer motivo não possa oferecer resistência é crime.

O Ministério Público Federal de São Paulo entendeu que "a Rede Globo deixou de adotar medidas em prol da reparação dos danos causados pela exibição das imagens em questão" e que esse fato foi contrário aos propósitos do Poder Público e da sociedade "no sentido da afirmação dos direitos humanos da mulher, da desconstrução do estigma de submissão do sexo feminino ao sexo masculino e de combate à violência de gênero no Brasil" (PROCURADORIA DA REPÚBLICA EM SÃO PAULO, 2012).

O órgão público registrou ainda

A falta de ação da Globo para evitar a exibição da cena e a ocorrência dela, não importando se na TV aberta ou fechada, são graves violações aos princípios do artigo 221 da Constituição, à Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra Mulher (Convenção de Belém do Pará), de 1995, ao art. 28 do Regulamento dos Serviços de Radiodifusão, de 1963, e à Lei Maria da Penha, que prevê no inciso III de seu artigo 8º o respeito, nos meios de comunicação social, dos valores éticos e sociais da pessoa e da família, de forma a coibir os papéis estereotipados que legitimem ou exacerbam a violência doméstica e familiar (PROCURADORIA DA REPÚBLICA EM SÃO PAULO, 2012).

Corroborando o entendimento do *parquet* o surgimento, na época, de uma música no estilo Funk, denominado "Funk BBB12 - Monique se dormir, vai tomar dormindo" (YOUTUVEWS, 2012), em uma clara alusão aos fatos ocorridos dentro do programa e que demonstra a força do machismo estrutural enraizado na sociedade brasileira e que é fortalecido ante à inércia dos veículos de comunicação de massa.

Apesar de ter expulso o participante, o diretor do programa José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, conhecido como Boninho, afirmou que, na ocasião, o rapaz teria sido vítima de racismo (ESTADÃO, 2012). Acrescentou, ainda “não ter considerado o caso um estupro, já que não era possível confirmar nem ao menos que os dois participantes do programa fizeram sexo” (ESTADÃO, 2012).

Quando a 12ª edição do BBB foi encerrada, o Ministério Público Federal de São Paulo protocolou uma Ação Cível Pública, referência nº 0007265-47.2012.4.03.6100, com o objetivo de:

[...] obter, preliminarmente, provimento jurisdicional que determine à Rede Globo obrigação de não fazer, consistente na abstenção de exibir nas futuras edições do programa 'Big Brother Brasil', em TV aberta ou em TV a cabo ou por qualquer outro meio, cenas que possam estar relacionadas, mesmo que em tese, à prática de crimes; e in fine, na obrigação de fazer consubstanciada na elaboração e divulgação de campanha de conscientização à população acerca dos direitos atribuídos às mulheres com vista à erradicação da violência de gênero; cumulativamente com a obrigação de fazer consubstanciada na adequação da estrutura e conteúdo do dito reality show às finalidades educativa, artística, cultural e informativa que norteiam a comunicação social (PROCURADORIA DA REPÚBLICA EM SÃO PAULO, 2012).

A ação foi protocolada ao final do programa como uma estratégia do MPF de evitar uma “publicidade gratuita ao programa” e para “debater o desrespeito aos direitos da mulher na TV” além de formas como as emissoras podem intervir nos *reality shows* “de modo a impedir que crimes ou cenas sugerindo crimes ocorram e, caso ocorram, deixem de ir ao ar” (PROCURADORIA DA REPÚBLICA EM SÃO PAULO, 2012).

A ação foi julgada improcedente e confirmada a improcedência do pedido no segundo grau. O desembargador relator Nery Júnior, ao proferir seu voto, asseverou que: “Em verdade, não cabe ao Estado decidir o que é e o que não é cultura ou o que pode ou não ser veiculado pelos meios de comunicação, sob pena de censura” (SÃO PAULO. Tribunal Regional Federal da 3ª Região TRF-3. Apelação Cível: AC XXXXX-47.2012.4.03.6100. Relator: Nery Júnior. Data do julgamento: 6/9/2017. Data da publicação: 12/9/2017).

No ano de 2018, ao participar de um programa na emissora SBT, comandado pelo Silvio Santos, Monique revelou que a Globo a contratou por dois anos após a participação no BBB12, mas a manteve na “geladeira”²⁷ (VEJA, 2018). Por fim, a participante deixou subentendido que a atitude da emissora foi para abafar o ocorrido.

4.3 CASO DE SUPOSTA AGRESSÃO FÍSICA E PSICOLÓGICA ENTRE CASAL NO BBB 17

O terceiro caso também ocorreu no Big Brother Brasil, em sua 17ª edição - BBB 17. E teve um grandioso impacto nas redes sociais, o que foi inflamado por ocorrer exatamente uma semana após o episódio de assédio sexual entre o ator José Mayer e uma funcionária, que mobilizou atrizes da emissora Globo. Na época, houve o lançamento de uma campanha com as *hashtags* #MexeuComUmaMexeuComTodas e #ChegaDeAssedio (ISTO É, 2017).

²⁷ Expressão utilizada para designar quando um artista, apesar de ser contratado pela emissora, não é convidado para nenhum trabalho (como gravar comerciais, novelas e programas).

O relacionamento conturbado entre os participantes Marcos e Emily, transmitido ao vivo, já estava gerando polêmicas e debates na internet, mas foi no dia 8 de abril de 2017 que a comoção pública foi notória. Nesse dia, no período noturno, os espectadores acompanharam uma discussão entre o casal, com voz alta e gritos. Marcos “apontou o dedo no rosto da concorrente e a impediu de sair de perto da parede onde os dois discutiam” (ISTO É, 2017).

Um dia depois da briga (09/04/2017), na rede social *Twitter*, o assunto mais comentado era a aclamação pública, inclusive de famosos, exigindo a expulsão do participante Marcos. A *hashtag* #MarcosExpulso chegou a mais de 30.000 (trinta mil) tuítes (ISTO É, 2017).

No dia 27 de agosto de 2020, a mídia teve acesso a uma gravação do dia 10 de março de 2017, de uma conversa que ocorrera entre um médico e uma advogada da emissora Globo e a participante Emily. No diálogo, Emily relata os abusos físicos que sofreu:

‘Lembra aquele roxo que eu te mostrei no meu braço? Foi o Marcos que fez. Agora já saiu’, disse Emily, que aparece de roupão vermelho e mostra uma marca no braço esquerdo ao ser questionada pelo médico do BBB.

[...]

‘E ele apertou muito forte o meu pulso e não deixou marca. Só um pouquinho aqui. Mas doeu bastante na hora. Reclamei pra ele que tava doendo, que ele tava apertando muito forte o meu pulso’, falou Emily em outro momento.

O médico também a questionou sobre a existência de mais machucados e Emily relatou que Marcos bateu sua cabeça no chão. ‘E quando a gente deitou no chão [...] Ele segurou meu rosto assim e, não ficou doendo, mas ele bateu minha cabeça assim, balançou minha cabeça. Eu assustei com aquilo e ele começou a chorar. Daí eu perdoei ele’, completou (REVISTA QUEM, 2020).

Em outro trecho do mesmo vídeo, que tem mais de dez minutos de duração, é relatada por Emily a violência psicológica da qual foi vítima:

Médico: Houve alguma lesão na ocasião ou não? Você só sentiu dor?

Emily: Só senti bastante dor. E foi isso que aconteceu.

Médico: Mais alguma coisa que você queira relatar?

Emily: Às vezes, ele perde o controle.

Médico: Fisicamente?

Emily: Não. Foi só isso.

Médico: Fisicamente, você tem esses dois pontos a declarar. Quer me informar mais alguma coisa?

Emilly: Naquele dia que a gente discutiu de manhã, eles (direção do programa) ficaram assustados porque quando eu fiquei falando pra ele (Marcos) que não queria falar com ele, ele me forçou a falar com ele. E quando a gente deitou no chão, ele bat... ele segurou meu rosto assim e, não ficou doendo, mas ele bateu minha cabeça assim, balançou minha cabeça. Eu assustei com aquilo e ele começou a chorar. Daí eu perdoei ele. O médico diz para a advogada: 'Eu estou satisfeito'. E ela responde: 'Eu também' (STYCER, 2020).

No mesmo dia, após a conversa de Emily com o médico e a advogada do *reality show*, a direção do programa emitiu uma nota informando que a participante passaria por exames com o objetivo de identificar se houve lesão corporal, e, sendo comprovado, o participante Marcos responderia por crime definido na Lei Maria da Penha, podendo ser preso (GRELLET, 2017).

Ainda no dia 10 de março de 2017, a Polícia Civil do Rio de Janeiro abriu um inquérito para investigar o possível crime de agressão por parte do participante Marcos contra a sua namorada dentro do programa (GRELLET, 2017). O Ministério Público do Rio de Janeiro, em 2017, ofereceu denúncia contra Marcos pelo crime de violência doméstica. Três anos depois, ele foi absolvido (CONTIGO, 2020).

Voltando ao dia 10 de março de 2017, no horário em que o programa era exibido ao vivo para todo o Brasil, a direção do programa, por meio de seu apresentador Tiago Leifert, informou quanto à decisão de expulsar o participante Marcos. Na ocasião, o apresentador relatou ao público e aos outros participantes que a Delegacia da Mulher havia instaurado um inquérito de agressão verbal e física e que, por restarem comprovados indícios dessa agressão, Marcos estava expulso (ESTADÃO CONTEÚDO, 2017).

A expulsão do participante garantiu o melhor índice de audiência desde março de 2015, alcançando 34 pontos no Rio de Janeiro e 35 em São Paulo (MAIA, 2017). Essa audiência demonstra como a sociedade queria uma resposta do programa frente a uma clara violação aos Direitos Humanos Fundamentais da mulher que estava ocorrendo dentro do *reality show*.

Ocorreu toda uma manifestação nas redes sociais clamando por esse momento e a emissora perdeu uma grande oportunidade de conversar com o público sobre o que é considerado agressão, como agir se for vítima ou se conhecer alguma vítima, e, enfim, informar que agressão é crime.

Registra-se que o Brasil tem um histórico de violência contra mulheres, tendo por esse motivo aprovado a Lei Maria da Penha e a Lei do Feminicídio. Por conseguinte, haveria de se conscientizar os telespectadores sobre agressão, machismo, patriarcado, nos moldes da explicação que foi dada no caso Marcelo Dourado.

A jornalista Maria Carolina Maia (2017) escreveu uma reportagem na Revista Veja comparando a atitude exemplar que a emissora teve frente ao caso de assédio que o ator José Mayer cometeu, aderindo à campanha, e o comportamento apático frente às agressões que ocorreram dentro do BBB 17, tratando o episódio apenas como “parte do jogo”, agindo com “apatia”, sem observar a real gravidade dos fatos.

Apesar da inércia da emissora, o público se manifestou em prol da participante e, com 58% (cinquenta e oito por cento) dos votos do público, Emily foi a grande campeã da sua edição. Já Marcos teve uma segunda chance no *reality* “A Fazenda”, da emissora Record. E conseguiu chegar em segundo lugar com a porcentagem de 40,26%, também pelo voto popular (UOL, 2017).

O *reality show* da Record é conhecido por conceder novas oportunidades para figuras masculinas envolvidas em casos de polêmica, machismo e agressões. O vencedor da primeira edição desse programa foi o ator Dado Dolabella, que havia sido condenado à prisão em regime aberto por agredir a namorada à época, Luana Piovani (DUARTE, 2021).

Dito isso, conclui-se que é um papel da sociedade, das empresas, da Justiça e de todos combater toda e qualquer forma de violência a mulheres, seja agressão física, psicológica, emocional e/ou sexual. É preciso transmitir uma mensagem clara para os homens da sociedade de que esse comportamento criminoso não é tolerado, e sim, repudiado e punido em diversas esferas.

4.4 CASO DE RACISMO NO BBB 21

Na 21ª (vigésima primeira) edição do Big Brother Brasil 21 – BBB 21, ocorreu um caso de racismo, envolvendo os participantes Rodolfo e João. Tudo começou quando, em uma dinâmica, chamada “castigo do monstro”, os participantes Caio e Rodolfo tiveram que usar uma fantasia de homens das cavernas, que incluía uma peruca.

No dia 3 de abril de 2021, o participante Rodolfo fez um comentário racista sobre a peruca que fazia parte do figurino com Caio, sua dupla na dinâmica, falando que "A gente está com o cabelo quase igual ao do João" (NEVES, 2021). O participante João, que é negro, escutou a fala racista e ficou constrangido, abalado e desconfortável com a circunstância. A situação começou a repercutir dentro e fora da casa.

Em cada temporada, o programa Big Brother Brasil passa ao vivo 24 (vinte e quatro) horas por dia, através do PPV, e diariamente é exibida uma versão editada no canal da Globo com os acontecimentos marcantes do programa. Ademais, em alguns dias, acontece uma dinâmica com os participantes transmitida em tempo real. Uma dessas dinâmicas são as festas oferecidas pelo programa.

A festa que ocorreu um dia depois da fala de Rodolfo contou com a participação da cantora Ludmilla, que aproveitou o show para transmitir uma mensagem de apoio a João e de combate ao racismo. No meio da apresentação, pronunciou a cantora: “Respeita o nosso funk, respeita a nossa cor, respeita o nosso cabelo” (FOLHAPRESS, 2021). Após a apresentação, a esposa e bailarina de Ludmilla, Brunna Gonçalves (2021), deixou um recado em sua rede social *Instagram*. No post, Brunna avisava ao seu público que aquela foi a primeira vez que se apresentou com o seu cabelo normal/natural e que tinha decidido fazer isso em apoio a João (BGOULARTE, 2021).

Uma das marcas patrocinadoras do programa, “Avon”, fez um post na rede social do *Twitter*, com o vídeo do momento em que a cantora Ludmilla pede respeito à cultura

negra, com uma mensagem de apoio a João: “A @Ludmilla arrasou no recado. É sempre bom lembrar que o respeito vem antes de tudo! E vamos continuar enaltecendo o @joaoluizpedrosa por aqui. João, você é lindo, seu cabelo é LINDO!” (BRASIL, Avon, 2021).

No dia 5 de abril, em umas dessas dinâmicas ao vivo, chamada “jogo da discórdia”, João precisava indicar entre seus companheiros de *reality show* “quem é o melhor jogador, quem é o pior e quem joga sujo” (GLOBOPLAY, 2021). Ao apontar quem era o participante que “jogava sujo”, João, relatou o seu sentimento:

[...] E muita gente aqui pode não saber, mas no sábado aconteceu uma situação lá no quarto Cordel, que estava eu, Caio, Rodolfo e Juliette. E eu estou dizendo isso aqui agora, porque pra mim, é um momento de muita coragem de poder estar falando isso aqui agora. Mas o Rodolfo chegou a fazer uma piada comparando a peruca do monstro da pré-história com o meu cabelo. Então, isso pra mim, tocou em um ponto muito específico, porque o jogo, ele pode ser sim de coisas que a gente vive aqui dentro, mas ele também tem que ser um jogo de respeito [...] (GLOBOPLAY, 2021, transcrição nossa).

Após a fala do participante, o apresentador do programa, Tiago Leifert, perguntou se o participante Rodolfo teria algo a dizer. Rodolfo, ratificou que achava os cabelos semelhantes. Nesse momento, João, afirmou categoricamente que não são semelhantes (a peruca da pré-história e o cabelo), e João começa um discurso emocionado, com a voz embargada. No final, após chorar, precisou ser consolado pelos outros participantes. Nas palavras do próprio:

[...] E naquela hora lá no quarto, Rodolfo, eu me calei, [...], mas você não sabe o quanto que aquilo que você falou me machucou, me machucou muito [...]. E não adianta vir com discurso de que não foi sua intenção, de que você não teve a intenção de fazer, que eu tô cansado de ouvir isso, não é só aqui dentro, é lá fora também. Nunca ninguém tem a intenção de machucar, nunca ninguém tem a intenção de fazer as coisas com a gente [...]. Porque que não é mais fácil pra você reconhecer que você errou [...]. Eu não estou em um desenho animado, eu não sou a Pedrita pra ficar usando peruca de pré-história não. Tem osso no meu cabelo? Não tem não [...] você não sabe, você pode não sentir, mas eu sinto isso aqui todo dia desde o dia que eu nasci [...] (GLOBOPLAY, 2021, transcrição nossa).

Foi após o discurso carregado de sinceridade e emoção de João que o assunto viralizou nas redes sociais, sendo um dos assuntos mais comentados do *Twitter*, com manifestações generalizadas, inclusive de famosos. Ressalta-se que as

opiniões ficaram divididas - alguns internautas apontavam a fala de Rodolfo como racista e compartilhavam experiências e sentimentos semelhantes aos vivenciados por João, enquanto outros telespectadores acreditavam que Rodolfo tinha apenas “brincado” e que João foi “oportunista” por não ter conversado com Rodolfo “fora do ao vivo” (ALVES, 2021).

Na manhã seguinte ao desabafo de João, dia 06 de abril de 2021, 02 (dois) outros programas da Globo, “Encontro” e “Ana Maria Braga”, abordaram o tema racismo, preconceito, *black power* e a própria situação em tela (PACHECO, 2021). Isso demonstra uma preocupação da emissora em transmitir uma mensagem educadora e conscientizadora para seus milhares de telespectadores diários.

Essa intenção da direção do programa foi confirmada pelo próprio apresentador, que relatou ter sentido a necessidade de explicar para Rodolfo o experienciado por João, “de homem branco para homem branco”. Tiago Leifert explicou, ainda, que a conversa foi realizada após o encerramento da votação, pois Rodolfo estava concorrendo pelo voto do público à oportunidade de continuar no jogo por mais uma semana, e a intenção da conversa era para elucidar os fatos e não cooperar para uma possível eliminação do participante (DESIMPEDIDOS, 2022).

Nesse ponto, vale a pena trazer à luz os ensinamentos do filósofo camaronês, Achille Mbembe (2017, p. 95), que traz o conceito de “nanoracismo”, que seriam “microagressões”:

Por nanoracismo entenda-se esta forma narcótica do preconceito em relação à cor expressa nos gestos anódinos do dia-a-dia, por isto ou por aquilo, aparentemente inconscientes, numa brincadeira, numa alusão ou numa insinuação, num lapso, numa anedota, num subentendido e, é preciso dizê-lo, numa maldade voluntária, numa intenção maldosa, num atropelo ou numa provocação deliberada, num desejo obscuro de estigmatizar e, sobretudo, de violentar, ferir e humilhar, contaminar o que não é considerado como sendo dos nossos.

Achille Mbembe (2017, p. 95), explica que estamos na “era do nanoracismo desavergonhado”, em que o indivíduo que pratica o racismo não transparece um racista, se tornando “um lobo vestido de cordeirinho”, tendo a liberdade para infligir

diversas agressões racistas sem se importar com a dor que causa no sujeito vítima dessas atitudes. Quando alguém sofre com o racismo, tem sua autoestima, dignidade e moral atingidos. O “golpe” do racismo é um sentimento difícil de esquecer, se tornando uma “ferida racista” (MBEMBE, 2017). No caso em comento, podemos perceber que João teve sua “ferida racista” exposta por uma “brincadeira” do Rodolfo.

O apresentador Tiago, no dia 6 de abril de 2021, logo após anunciar ao público que as votações haviam sido encerradas, inicia uma conversa com os participantes do BBB sobre racismo.

A conversa total entre o apresentador e os participantes da casa durou cerca de 12 (doze) minutos, e o apresentador explicou que precisava usar a situação e a audiência que o *reality show* possui para conscientizar as pessoas sobre o significado e a importância do *Black Power*.

Após o episódio, Rodolfo, que estava no “paredão”²⁸, foi eliminado do programa com 50,48% (cinquenta vírgula e quarenta e oito por cento) dos votos do público (CARAS, 2021).

Tradicionalmente, o candidato mais votado para sair do BBB participa, na manhã seguinte à sua eliminação, do programa “Mais você”, da mesma emissora, para rever algumas cenas e comentar o seu desempenho no *reality show*. Em sua conversa com a apresentadora do programa, Ana Maria Braga, Rodolfo ressaltou que aprendeu com toda a situação ocorrida com João, que evoluiu como ser humano e frisou que o caso serviu como “ponte de ensino para muitas outras pessoas que ainda são desinformadas” (NEVES, Maria, 2021).

Nesse contexto, a Globo conseguiu usar a situação de racismo envolvendo uma “brincadeira” para promover um grande ensinamento não só aos participantes do

²⁸ Termo usado para denominar a situação dos participantes do programa BBB que foram escolhidos por dinâmica e/ou votação ou indicação de outros participantes para, através de votação pública, serem eliminados do programa.

reality show, mas a toda a audiência, cumprindo a função cultural da televisão prevista na Constituição Federal.

4.5 CASO DE TRANSFOBIA DENTRO DO BBB22

Inicialmente, é importante conceituar transfobia, que é “a discriminação em razão da identidade de gênero, contra travestis e transexuais. Uma pessoa transexual possui uma identidade de gênero diferente do seu sexo biológico” (BRASIL, 2023).

Lina Pereira dos Santos, conhecida pelo seu nome artístico Linn da Quebrada, participou da 22ª edição do BBB e revolucionou ao trazer visibilidade para a transfobia enraizada na sociedade. Lina se identifica com o gênero feminino e possui uma tatuagem em cima da sobancelha esquerda escrito “ela”, de modo a demonstrar para o mundo o pronome de tratamento que deve ser dirigido à sua pessoa.

A participante entrou no programa no dia 20/01/2022, numa quinta-feira, no período da tarde e no mesmo dia, uma companheira de confinamento, Eslovênia, utilizou o pronome de tratamento “ele” ao se referir a Lina (GERMANO, 2022). Apenas dois dias após esse evento, Lina novamente foi tratada pelo pronome masculino. Algum membro do elenco do BBB mandou pela manhã um torpedo anônimo para Lina com a seguinte mensagem: “Você está solteiro? Tem alguém perguntando.... kkkk” (VAQUER, 2022).

A pressão que o público fez nas redes sociais, levantando a *tag* “Linn Merece Respeito” (VAQUER, 2022) ao primeiro lugar nos assuntos mais comentados do Brasil, foi tão eficaz que o programa revelou no mesmo dia quem havia enviado o torpedo, a participante Laís (BBB 22, 2022). A *tag* visava ainda a que o programa alertasse os participantes do *reality show* quanto à necessidade de utilizar o pronome de tratamento feminino ao se referir a Lina.

Diante de vários episódios em que os participantes utilizavam o pronome masculino ao se dirigir a Lina e da manifestação constante dos telespectadores, a direção resolveu intervir no *reality show* e no programa exibido ao vivo no domingo à noite, 23/01/2022, o apresentador Tadeu Schmidt, ao conversar com os participantes, indagou:

Primeiro uma pergunta para elas: quem aí está solteira? Agora uma pergunta para eles. Quem aí está solteiro? Linna, você tem o pronome 'ela' tatuado acima da sobrancelha. Queria saber como as pessoas devem tratar você (LINN DA QUEBRADA EXPLICA TATUAGEM 'ELA' NA TESTA, 2022).

E Lina responde ao questionamento:

Eu fiz essa tatuagem por causa da minha mãe. Pois no começo da minha transição, ela ainda errava e me tratava no pronome masculino. E tatuei na testa para ela não errar. Na dúvida, leiam, pois quero ser tratada pelo pronome feminino (LINN DA QUEBRADA EXPLICA TATUAGEM 'ELA' NA TESTA, 2022).

Mesmo após a intervenção da direção do programa, os participantes continuaram errando o pronome de tratamento de Lina. Ocorreram diversas situações, com vários participantes diferentes que insistiam em utilizar o pronome masculino, até mesmo os participantes que eram aliados da Lina dentro do programa e/ou que a consideravam amiga cometiam tal equívoco.

Entre inúmeras ocasiões em que o elenco do *reality show* utilizou o pronome masculino, destaca-se o episódio que ocorreu no dia 24/02/2022, na festa do líder, em que o participante Lucas, ao convidar Natália e Lina para dançar, utilizou a expressão “você dois” (RIBEIRO, 2022).

Na oportunidade, Lina ficou extremamente chateada, magoada, constrangida, incomodada, com a frase utilizada no masculino, e chorou durante a festa. Lucas, ao perceber o constrangimento da companheira de confinamento foi pedir desculpas a Lina, que respondeu: “Posso até te desculpar depois, mas desse constrangimento agora eu não vou te aliviar” (ANDRADE, 2022).

Por conta desse episódio e de todo o embaraço envolvido, alguns patrocinadores do programa se manifestaram em suas redes sociais. A empresa Avon publicou no *twitter*:

‘ELA/DELA’: palavras tão simples de entender, né?

Para mulheres trans e travestis o uso incorreto de pronomes não é um erro bobo, é uma negativa da sua existência e invisibilização. Mesmo que sem querer. É preciso mais empatia. E respeito. Vamos conversar? #ConversaTáOn (AVONBR, 2022).

A empresa Natura respondeu ao *tweet* da Avon apoiando o pronunciamento: “respeito e empatia: duas palavrinhas que transformam o mundo em um lugar mais bonito. Estamos juntas nessa!” (NATURABROFICIAL, 2022). É importante destacar que as empresas optaram por utilizar pronome neutro em suas declarações, demonstrando respeito à causa.

No mesmo dia, outra patrocinadora, Amstel, também utilizou a rede social *twitter* para demonstrar apoio à participante. Na oportunidade, a empresa publicou uma imagem da Lina com os dizeres em inglês “*I am what I am*” (AMSTELBRASIL, 2022), que, em tradução livre, significa “eu sou o que sou”. O mesmo post continha a mensagem: “Respeite sem moderação!”. Na sequência, veio outra manifestação com a seguinte nota “LINA MERECE RESPEITO, ontem, hoje, amanhã e sempre!” (AMSTELBRASIL, 2022).

Nesse caso em especial, fica nítido como as empresas se importam com a imagem que transmitem ao seu público. Quando os telespectadores começaram a se manifestar contrariamente ao uso do pronome de tratamento no masculino para mencionar Lina, imediatamente, os patrocinadores emitiram um comunicado capaz de agradar ao público.

Lucas Lima de Podestá (2019, p. 375) explica que a transfobia:

[...] é uma sanção normalizadora à transição de gênero e à violação das normas de gênero que se inscrevem no corpo. A violência transfóbica atua em um nível discursivo, por discriminações sutis, de modo que a rejeição à transgeneridade circula nos discursos, entre as pessoas antes mesmo que

elas iniciem suas transições e entendam-se pessoas trans. Igualmente, a transfobia participa do grupo de violências de gênero, com sua especificidade característica, alcançando gravíssimas agressões físicas e assassinatos. Socialmente generalizada e acompanhada de crimes de ódio, a transfobia é um componente do genocídio trans no Brasil.

No dia 10/04/2022, no domingo, Lina foi a 12^a (décima segunda) participante eliminada, e o apresentador do *reality show* fez um discurso ao vivo emocionante:

Você disse um dia desses que sempre sonhou com a possibilidade do Brasil torcer por alguém como você. Por que o Brasil não torceria por alguém como você? Eu acredito que você conseguiu. Que as pessoas torceram por você ou contra você pelo que fez dentro dessa casa, e só. Eu acredito que você conseguiu. *Por sua causa, o Brasil inteiro sabe, não tem mais desculpa para errar o pronome. É ela. Por sua causa, não tem mais desculpa para errar o artigo. É a travesti. E não alguma palavra pejorativa.* Quem é capaz de medir o quanto esses erros mexeram com as pessoas aqui fora, o quanto definiram trajetórias aí dentro. Não foi só o Junior que você matou, Lina, você matou também um bocado de preconceitos. E para conseguir isso, Linn não teve que bradar. Ela apenas aceitou se expor, inteira, por inteiro, inteiramente. Não sei se vocês perceberam, mas hoje foi diferente. Hoje não teve suspense, hoje era dia de dizer o que precisava ser dito. Quem sai hoje é você, Lina (QUEM SAIU DO BBB 22: LINN DA QUEBRADA É A 12^a ELIMINADA, 2022, grifo nosso).

A importância do discurso conscientizador transmitido numa emissora de televisão de canal aberto foi reconhecida pelo público do programa, que teceu diversos elogios ao teor do texto apresentado.

Nota-se que tanto o caso de racismo que ocorreu no BBB 21 como o evento de transfobia do BBB 22 tiveram uma intervenção mais ativa da direção do programa, comprovando a preocupação que a emissora de televisão tem em agir de acordo com as expectativas da audiência, em clara observância ao princípio da Responsabilidade Social Corporativa.

5 A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA DA REDE GLOBO FRENTE ÀS VIOLAÇÕES DE DIREITOS HUMANOS FUNDAMENTAIS NO BBB

Da análise das situações descritas no capítulo anterior, é possível deduzir que, no caso relatado no item 4.1, a Justiça entendeu que, apesar de a Constituição Federal garantir a liberdade de imprensa (artigo 220) para as emissoras produtoras de *reality shows*, a mesma Carta Magna, em seu artigo 221, impõe a todas as produtoras de televisão o dever de proteger os valores sociais e éticos da família e da pessoa. Com base nessa preservação, que foi descumprida quando o programa reproduziu uma fala considerada preconceituosa e com informações inverídicas, determinou-se que a Rede Globo, por meio do seu programa BBB 10, esclarecesse ao público a real forma de transmissão do vírus HIV, de modo a propalar uma informação correta para sua audiência.

Diversamente, no caso relatado no item 4.2, o Ministério Público Federal entendeu que o programa não deveria reproduzir nenhuma cena que pudesse conter, mesmo que supostamente, prática de crime, devendo essa vedação ser estendida à versão *per pay view* do programa, transmitida 24hrs (vinte e quatro horas). Como visto, o MPF considerou, ainda, que, em razão da exibição do suposto estupro de vulnerável, a emissora deveria ser compelida a divulgar uma campanha que abordasse os direitos das mulheres, em especial, a conscientização quanto à violência de gênero.

A Justiça Federal, ao julgar a Ação Civil Pública, indeferiu todos os pedidos do MPF, sob a argumentação de que o judiciário não tem o condão de interferir nas produções artísticas de um programa televisivo, servindo apenas de instrumento para avaliar se houve abuso na utilização da liberdade de imprensa.

[...] Não cabe ao Estado decidir o que é e o que não é cultura ou o que pode ou não ser veiculado pelos meios de comunicação, sob pena de censura. [...]. Destarte, não cabe ao Judiciário exercer controle de conteúdo ou qualidade das manifestações artísticas reproduzidas pelo programa 'Big Brother Brasil' em nosso meio cultural, mas, sim, aferir se houve ou não abuso no exercício da liberdade de expressão, o que não ocorreu, in casu. 7. Por fim, não há provas concretas de que houve omissão por parte da União, enquanto Poder Concedente, quanto ao

dever de fiscalização 'adequada', até porque, proibir a veiculação das cenas, não reputadas como abusivas, seria o mesmo que praticar censura. 8. Apelo improvido (BRASIL. Tribunal Regional Federal (3ª Região). Apelação cível n. XXXXX-47.2012.4.03.6100/SP. Apelante: Ministério Público Federal. Apelado: Globo Comunicação e Participações/SA. Relator: Desembargador Federal Nery Júnior. São Paulo, 6 de setembro de 2017).

Quanto aos casos dos itens 4.4 e 4.5, foram os espectadores e patrocinadores que intervieram nas violações a Direitos Humanos Fundamentais que ocorreram dentro dos programas de *reality show*, ou seja, aquelas empresas que não realizam diretamente o programa, mas utilizam dos elevados índices de audiência para divulgar sua marca e/ou produto.

Nota-se que o grande público, ao detectar a ocorrência de uma suposta violação a Direitos Humanos Fundamentais, vai até as redes sociais dessas marcas patrocinadoras questionar se compactuam com tal ato. Algumas marcas optam por se manifestar em suas próprias redes, ao passo que outras escolhem pressionar o programa para que se retrate publicamente. Esses casos, em especial, comprovam o efeito da Responsabilidade Social Corporativa nas empresas e na sociedade.

A possibilidade de utilização dos Princípios Orientadores para Empresas e Direitos Humanos propostos pela ONU como maneira de se impor determinadas atitudes por parte das emissoras de programas no formato em questão será aprofundada nos próximos tópicos. A seguir, colacionaremos o entendimento da Justiça brasileira quanto a isso em contextos de violação direta ou indireta a Direitos Humanos Fundamentais por empresas e/ou seus representantes.

5.1 POSICIONAMENTOS JURÍDICOS FIRMADOS ACERCA DOS PRINCÍPIOS ORIENTADORES PARA EMPRESAS E DIREITOS HUMANOS (ONU) NO BRASIL

Esse ano, o Conselho Nacional de Justiça – CNJ, divulgou a Recomendação nº 123 de 7 de janeiro de 2022. Nela, prevê-se que os órgãos do Poder Judiciário brasileiro observem os “tratados e convenções internacionais de direitos humanos e o uso da jurisprudência da Corte Interamericana de Direitos Humanos” – Corte IDH (CNJ, 2022).

A Corte IDH é uma instituição judicial autônoma de proteção aos Direitos Humanos que aplica a Convenção Americana, proferindo medidas provisórias, resolvendo casos contenciosos e supervisionando sentenças. Suas decisões são empregáveis a Estados que ratificaram a Convenção Americana (CIDH, 2022). Em suas deliberações, a Corte tem utilizado os princípios orientadores da ONU.

Como exemplo, tem-se o ocorrido em 11 de dezembro de 1998, envolvendo empregados de fábrica de fogos de artifício localizada em Santo Antônio de Jesus (Bahia) e familiares *versus* Brasil. Houve uma explosão nessa fábrica, que matou 64 (sessenta e quatro) mulheres e deixou 6 (seis) funcionárias feridas. Foi proferida sentença sobre o fato em 15 de julho de 2020.

A fábrica explorava a mão-de-obra de mulheres e crianças, ambas remuneradas com salários indignos. A fábrica não dispunha de refeitório, área de descanso e nem banheiros. Além disso, a empresa armazenava os materiais explosivos no mesmo ambiente onde os funcionários trabalhavam.

A Corte de IDH entendeu que o Estado brasileiro se absteve de sua obrigação de fiscalização contra o trabalho infantil e, por esse motivo, restou configurada a relação direta do Brasil com o crime ocorrido na empresa de fogos de artifício. De mais a mais, para a Corte, quando uma atividade expõe a vida e a integridade de um trabalhador, cabe ao país “fazer cumprir as leis que tenham por objeto ou por efeito fazer as empresas respeitarem os direitos humanos e, periodicamente, avaliar a adequação dessas leis e suprir eventuais lacunas” (Corte Interamericana de Direitos Humanos (CIDH). Caso Empleados de la Fábrica de Fuegos em Santo Antônio de Jesus y sus familiares vs. Brasil. 15 de julho de 2020).

Nesse sentido, o juiz Eduardo Ferrer Mac-Gregor Poisot cita os Princípios Orientadores para Empresas e Direitos Humanos da ONU, de uma forma a responsabilizar indiretamente as empresas, deixando a responsabilidade maior para o Estado. Veja-se:

A decisão invoca os Princípios Orientadores das Nações Unidas sobre Empresas e Direitos Humanos (conhecido como POEDH ou 'princípios de Ruggie') para 'reforçar' as obrigações estatais em face das atividades empresariais - neste caso de natureza perigosa e de alto risco. Embora não seja a primeira vez que a Corte Interamericana se utiliza dos POEDH, é o primeiro caso em que a aplicação do conteúdo dos princípios encontra semelhanças com os termos que devem ser observadas nos artigos 1.1 e 2 do Pacto de San José, bem como outros instrumentos internacionais (como as Convenções 81 e 155 da Organização Internacional do Trabalho) e as interpretações que contemplam obrigações para os Estados nesse tipo de situação.

Desta forma, os princípios de Ruggie, baseiam-se na ideia de que os Estados devem garantir três princípios (ou obrigações básicas) dentro das atividades comerciais que estão sob sua jurisdição: proteger, respeitar e remediar. No caso em tela, [...] focarei apenas na obrigação de proteger. No entanto, as obrigações de respeitar e remediar, também são fundamentais para a validade dos direitos humanos neste tipo de situações.

Os Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos indicam que Os Estados 'devem proteger contra violações de direitos humanos cometidas em seu território e/ou jurisdição por terceiros, incluindo empresas'. Essa citação é relevante porque, embora se entenda que os Estados não são, por si só, responsáveis pelas ações de indivíduos, eventualmente podem ser responsabilizados, se não tomaram medidas ou não tornaram essas efetivas, para garantir —de forma preventiva— os direitos humanos que possam estar em jogo (Corte Interamericana de Direitos Humanos (CIDH). Caso Empleados de la Fábrica de Fuegos em Santo Antônio de Jesus y sus familiares vs. Brasil. 15 de julho de 2020, tradução nossa²⁹).

Denota-se que, apesar de a Corte reconhecer que as empresas possuem responsabilidade na preservação dos Direitos Humanos Fundamentais, inclusive citando os Princípios Orientadores para Empresas e Direitos Humanos da ONU e

No original: "En la sentencia se invocan los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos (en adelante 'los PREDH' o los 'principios de Ruggie') para 'reforzar' las obligaciones estatales frente a las actividades empresariales —en este caso de carácter peligroso o de alto riesgo—. Si bien no es la primera ocasión que la Corte IDH recurre a los PREDH, es el primer caso en donde la aplicación de lo contenido en los referidos principios encuentra un encuadre armónico en cuanto a las obligaciones que se deben observar desde los artículos 1.1 y 2 del Pacto de San José, así como de otros instrumentos internacionales (como los Convenios 81 y 155 de la Organización Internacional del Trabajo) y las interpretaciones que contemplan obligaciones para los Estados en este tipo de contextos.

De este modo, los principios de Ruggie, parten de la idea de que los Estados deben velar por tres principios (u obligaciones básicas) en el contexto de actividades empresariales que se encuentren bajo su jurisdicción: proteger, respetar y remediar. En el presente apartado —dados los hechos del caso, es decir, actuar de particulares—, únicamente me centraré en la obligación de proteger. Sin embargo, las obligaciones de respetar y de remediar, al igual que la de proteger, son fundamentales para la vigencia de los derechos humanos en este tipo de situaciones.

Los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos indican que los Estados 'deben proteger contra las violaciones de los derechos humanos cometidas en su territorio y/o jurisdicción por terceros, incluidas las empresas'. Lo anterior es relevante debido a que, si bien se entiende que los Estado no son, per se, responsables por la actuación de particulares, eventualmente pueden serlo si, por un lado, no tomaron medidas o bien no hicieron efectivas esas medidas adoptadas, para garantizar —de manera preventiva— los derechos humanos que pudieran estar en juego".

determinado que o Brasil apresentasse um relatório contendo a implementação e aplicação do decreto n.º 9571/2018 que trata de Diretrizes Nacionais sobre Empresas e Direitos Humanos, ainda centra no Estado o dever de zelar pelos Direitos Humanos.

Na jurisdição brasileira propriamente dita, encontram-se julgados utilizando os Princípios Orientadores para Empresas e Direitos Humanos da ONU na Justiça Trabalhista, que já tem um entendimento firmado no sentido de responsabilizar qualquer empresa que se beneficie direta ou indiretamente do trabalho escravo e/ou infantil.

Há outras decisões na Justiça do Trabalho que foram fundamentadas com os Princípios Orientadores para Empresas e Direitos Humanos da ONU, como o Recurso Ordinário Trabalhista – ROT nº 0021488-58.2017.5.04.0008, que condenou a empresa Dell Computadores do Brasil LTDA ao pagamento de indenização coletiva por violar Direitos Humanos (BRASIL. Tribunal Regional do Trabalho da 4ª Região. Recurso Ordinário Trabalhista 0021488-58.2017.5.04.0008. Recorrente: Ministério Público do Trabalho e Dell Computadores do Brasil LTDA. Recorrido: Ministério Público do Trabalho e Dell Computadores do Brasil LTDA. Terceiro interessado: Instituto Nacional do Seguro Social. Relator: Desembargador Marcelo José Ferlin d’Ambroso. Porto Alegre, 5 de julho de 2021).

Subsiste, ainda, o ROT nº 00215174520165040202, que reconheceu a responsabilidade subsidiária dos tomadores de serviço:

[...] Aplicação do Decreto 9571/18, dos Princípios Diretores sobre Empresas e Direitos Humanos da ONU e das Diretrizes Nacionais sobre Empresas e Direitos Humanos. O item III da Súm. 331 do TST admite a responsabilização subsidiária do tomador de serviços em face das verbas trabalhistas concernentes ao empregado na hipótese em que verificado o inadimplemento, por parte do empregador, das respectivas obrigações, independentemente da comprovação de ato ilícito, má-fé ou da existência de qualquer ilegalidade na contratação do empregado, exigindo-se apenas a não quitação de obrigações ao obreiro (BRASIL. Tribunal Regional do Trabalho da 4ª Região. Recurso Ordinário Trabalhista XXXX-45.2016.5.04.0202. Órgão julgador: 2ª Turma. Relator: Desembargador Marcelo José Ferlin d’Ambroso. Porto Alegre, 9 de julho de 2021).

Reconhecendo a importância dos Princípios Orientadores para Empresas e Direitos Humanos da ONU, bem como de sua possível utilização em casos judiciais para além do Direito Trabalhista, o Tribunal Regional Eleitoral de Pernambuco ofereceu curso de formação para Juízes em Empresas e Direitos Humanos, coordenado pelo Conselho Nacional de Justiça em parceria com a Fundação Getúlio Vargas e o Escritório Regional do Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos na América do Sul, nos dias 8 e 9 de setembro de 2022 (Agência CNJ de Notícias, 2022).

Por fim, cita-se o que pode vir a revolucionar a forma como o Brasil atualmente responsabiliza as empresas por violações a Direitos Humanos Fundamentais. O Projeto de Lei n. 572, de 2022, proposto por Áurea Carolina, Carlos Veras, Fernanda Melchionna e Helder Salomão, que “Cria a lei marco nacional sobre Direitos Humanos e Empresas e estabelece diretrizes para a promoção de políticas públicas no tema”, utilizando como base, entre outros, os Princípios Orientadores para Empresas e Direitos Humanos da ONU (BRASIL, 2022). O objetivo desse PL é criar um marco normativo capaz de suprir as lacunas existentes por falta de legislação específica, além de evitar que futuros casos fiquem impunes pelo mesmo motivo.

5.2 CASO ANALÓGO DE VIOLAÇÃO DENTRO DE REALITY SHOW E A POSIÇÃO DAS EMPRESAS PATROCINADORAS

Apesar da presente pesquisa partir de premissas de casos de violações a Direitos Humanos Fundamentais que ocorreram especificamente dentro do programa Big Brother Brasil, é valioso trazer a luz o caso ocorrido dentro de outro programa, A Fazenda, que é comercializado no mesmo formato de *reality show*.

Pois nesse evento específico, pode-se observar o poder de atuação da RSC, uma vez que as empresas patrocinadoras do *reality show* agiram de maneira ativa para satisfazer a demanda exigida pelo público do programa, ora consumidores dessas empresas.

Demonstrando como a RSC impacta nas decisões e na forma que a direção dos *realitys shows* editam e transmitem esses programas para o grande público, para na medida do possível, entregarem o que os telespectadores esperam ver.

O *reality show* produzido e transmitido pela Record é conhecido por incluir personagens homens envolvidos em casos de machismo e violência contra a mulher. O personagem central dessa situação é o cantor de funk Leno Maycon Viana Gomes, conhecido pelo nome artístico Nego do Borel.

Nego do Borel lançou várias músicas de sucesso, participou da novela *Malhação* e era um artista bem reconhecido no meio artístico. A polêmica com seu nome surgiu durante o seu relacionamento com Duda Reis, e gerou um impacto na mídia ao final de seu noivado.

Em meados de janeiro de 2021, a mídia divulgou um áudio confirmando uma traição de Nego do Borel. Após essa exposição, Duda Reis se manifestou em suas redes sociais, expondo que era vítima de agressão física e verbal, que era vigiada pelo ex-noivo. Na oportunidade, ela o acusou de estupro de vulnerável, relatando que era constantemente dopada antes do ato sexual, além de receber ameaças de morte do parceiro (MURR, 2021).

Após esse fim de relacionamento extremamente conturbado, o programa *A Fazenda* escolheu Nego do Borel para participar do *reality show* e, como de praxe, proporcionar uma segunda chance para ele. Depois de uma festa no programa, com bebidas, os concorrentes Nego do Borel e Dayane protagonizaram uma cena ao vivo, na madrugada do dia 25 de setembro de 2021, que gerou muita repercussão nas redes sociais, principalmente no *Twitter*.

Tudo ocorreu após a festa, quando Dayane, visivelmente bêbada, precisou da ajuda de outros colegas de programa para se trocar e ir deitar para dormir. Em um dado momento, Dayane deita na mesma cama que Nego do Borel. Os outros participantes, preocupados com a situação, começaram a perguntar se Dayane queria realmente estar na mesma cama que o cantor, além de sugerir que Borel

saísse dali. Duas participantes, angustiadas com o cenário, pedem que ele não faça nada pois Dayane estaria embriagada (A GAZETA, 2021).

No meio da madrugada, Borel está deitado abraçando Dayane, quando alguns colegas do elenco tentam retirá-la da cama e afastá-la dele. Nego do Borel pede que os participantes tenham calma. Quando todos já estão dormindo, Nego do Borel estaria na cama com Dayane, que não reagia por estar inconsciente. Há sons que parecem gemidos e, em alguns momentos, é possível ouvir a voz da modelo, quase inaudível, murmurando que tem filho (A GAZETA, 2021).

O *reality show* da Rede Record, também é transmitido ao vivo para todo o Brasil, de modo que as cenas narradas acima foram replicadas por toda a internet, que imediatamente acusou Nego do Borel de estupro de vulnerável. Os telespectadores pressionaram a emissora, a apresentadora do programa e até os patrocinadores para que uma medida fosse tomada. Os assuntos “Record lixo”, “Record expulsão já” e “não é não” foram os mais comentados no *Twitter* no dia 25 de setembro de 2021 (JOVEM PAN, 2021).

Os telespectadores pressionaram tanto os patrocinadores do programa que a empresa Aurora Alimentos chegou a se manifestar:

Em virtude dos últimos acontecimentos no programa ‘A Fazenda’, informamos que a Aurora já está em contato com a Record. Estamos aguardando as apurações para que as medidas necessárias e justas sejam tomadas o quanto antes. Não apoiamos e nem vamos aceitar que atitudes que violem os direitos das mulheres ou de qualquer outro indivíduo passem impunemente (JOVEM PAN, 2021).

A apresentadora do *reality show*, Adriane Galisteu, também precisou emitir um comunicado ao público que exigia uma atitude do programa, informando que o caso estava sendo apurado pelo setor jurídico da emissora e que não compactuava com nenhuma forma de abuso (JOVEM PAN, 2021).

Chegou-se a expor os nomes das empresas que não quiseram se associar ao episódio, quais sejam: Ambev, Tik Tok, Seda, Banco Original e Aurora Alimentos

(ISTOÉ DINHEIRO, 2021). Os patrocinadores do *reality* enviaram um comunicado à imprensa informando que estavam pressionando o programa a expulsar o participante Nego do Borel:

Por meio de seus representantes, os cinco principais patrocinadores de 'A Fazenda' decidiram iniciar pressão junto à Record para que a emissora expulsa Nego do Borel, suspeito de estupro e com acusações de assédio e abuso dentro do *reality*. Todos os sponsors estão fechados na questão e querem Nego do Borel fora do reality (REVISTA QUEM, 2021).

Nesse caso em especial, fica nítido como as empresas se importam com a imagem que transmitem ao seu público. Quando os telespectadores começaram a enviar mensagens perguntando se os patrocinadores compactuavam com a violação de direitos perpetrada, imediatamente, os patrocinadores passaram a exigir que a emissora desse uma resposta que agradasse ao público, exemplificando na prática como a RSC atua.

Como o esperado, o programa anunciou a expulsão do Nego do Borel e emitiu uma nota explicativa:

A Record TV informa que desde a manhã deste sábado, 25 de setembro, trabalha na apuração criteriosa em relação aos acontecimentos desta última noite no *reality* 'A Fazenda' envolvendo o Nego do Borel e Dayane Mello. Uma equipe multidisciplinar cuidou da análise de todo o material gravado, além de aguardar pelo despertar da Dayane e dos demais peões para juntar mais elementos, falas e depoimentos que pudessem amparar a decisão a ser tomada. Além do atendimento psicológico, Dayane passou por uma entrevista completando os elementos primordiais para uma tomada de decisão justa. Diante dos fatos apurados, a direção da Record TV decidiu pela retirada do Nego do Borel da competição. Todos os detalhes serão esclarecidos ao público no programa deste sábado (VEJA, 2021).

No programa ao vivo, o *reality show* mostrou parte da conversa que teve com Dayane Mello. No trecho exibido, Dayane disse, inicialmente, que se lembrava de tudo o que aconteceu na madrugada, “mas logo depois, entrou em contradição ao afirmar que não se recordava de ter sido alertada para sair da cama onde estava com o cantor” (FOLHA DE S. PAULO, 2021). A apresentadora explicou que essa “inconsistência no depoimento da modelo foi o que motivou a decisão da emissora de expulsar Nego do Borel do reality rural” (FOLHA DE S. PAULO, 2021).

Ao anunciar na edição ao vivo do programa, a apresentadora aproveitou o momento para conscientizar os espectadores sobre conceitos básicos de consentimento e Direitos das Mulheres: “Depois de tudo o que aconteceu, depois de tudo isso, vale o recado: Quando uma mulher diz não, é não! Quando uma mulher alcoolizada diz sim, também é não. Difícil, né?” (FOLHA DE S. PAULO, 2021).

Nesse mesmo sentido, a Rede Globo também demonstra preocupar-se com a opinião pública e com a imagem com que os patrocinadores do seu programa irão se associar. Tanto é que o Plano Comercial produzido pela Rede Globo para divulgar a 23ª (vigésima terceira) edição do BBB contém a seguinte informação, ao mencionar o apresentador do programa: “Posicionamento sobre o caso de transfobia contra Linn da Quebrada, durante a exibição ao vivo, foi considerado cirúrgico e necessário” (GLOBO, 2023, p. 28), fazendo uma clara alusão à opinião pública com relação à postura adotada pela emissora.

Inclusive, da análise dos casos narrados nos tópicos 4.4 e 4.5, fica nítida a mudança de comportamento adotada pela produção nas duas últimas edições, demonstrando o poder de imposição da sociedade e da RSC. Resta mais comprovado ainda com a utilização desse exemplo pela Globo no Plano Comercial apresentado a potenciais patrocinadores.

Em outro trecho, a emissora novamente ressalta a capacidade do *reality show* em trazer debates temáticos e relevantes para a sociedade, ora potencial consumidores das marcas patrocinadoras:

O Big Brother Brasil é um fenômeno cultural e de mídia do país, construído a partir das forças narrativas da vida real.

O programa é um poderoso produtor de conversas relevantes na sociedade e funciona como um espaço de oportunidades para afirmação de propósitos e posicionamento.

A força do BBB amplia a conexão da identidade brasileira e a maneira como nos entendemos como cidadãos.

O BBB tem a capacidade de produzir e mediar conversas de todas as classes, faixas etárias e regiões do país. Ele mobiliza fiéis e atrai vozes expressivas da sociedade, inclusive artistas e personalidades (GLOBO, 2023, p. 3).

É nítido que a Rede Globo reconhece a influência que o programa exerce na sociedade:

O programa reverbera temas relevantes na sociedade brasileira. A discussão dos temas é amplificada dentro da casa e aproxima mais brasileiros dessas conversas.

O BBB possibilita uma conexão com histórias verdadeiras, trajetórias de superação, reconstrução e aprendizados dos participantes (GLOBO, 2023, p. 4).

Todos esses trechos retirados do Plano Comercial do programa BBB corroboram a tese de que, apesar de as empresas não terem uma força normativa responsabilizando-as pelas violações a direitos humanos fundamentais ocorridos em sua cadeia de produção, mais especificamente, dentro dos *realitys shows*, as corporações já tomaram pra si a responsabilidade de garantir e preservar os Direitos Humanos Fundamentais.

Desse modo, observam-se dois movimentos ocorrendo ao mesmo tempo. O primeiro é o da Justiça, que vem adotando o entendimento de que as empresas são responsáveis pela preservação dos Direitos Humanos Fundamentais, sejam as empresas as violadoras direta ou indireta desses direitos. O segundo é o da RSC, que atuou ativamente nas duas últimas edições do BBB e na penúltima edição da Fazenda, programa análogo, mostrando o impacto da opinião pública sobre as empresas.

Ou seja, nas hipóteses em que a corporação tenta se eximir de sua obrigação de velar pelos Direitos Humanos Fundamentais, a sociedade cobra que uma postura seja adotada por parte dessas empresas. E a mesma sociedade que sofre uma influência publicitária por parte desses programas também influencia a forma como esses programas são dirigidos.

A própria Rede Globo traz alguns dados relevantes que comprovam o poder que seu programa exerce sobre o público, informando que 95% (noventa e cinco por cento)

do público do BBB apresenta interesse nas marcas patrocinadoras do programa e que a intenção de compra é de 81% (oitenta e um por cento) (GLOBO, 2023, p. 8).

Ao ser a primeira empresa latina-americana a receber o prêmio “Grand Clio Entertainment Award” com campanha Movido a Respeito, o diretor de comunicação da Rede, Globo Sergio Valente, reconheceu publicamente o nível de persuasão da emissora ao dizer em seu discurso:

Nós moramos em um país imenso e temos uma grande audiência, cobrimos 98% do Brasil, alcançando em torno de 100 milhões de pessoas diariamente. É muita gente! E isso é muita responsabilidade (GLOBO, 2017).

Esses números expressivos de sucesso na publicidade do programa junto aos consumidores é o que garante a força para “exigir” que a direção do programa tome ou deixe de tomar alguma medida frente aos casos de violações a Direitos Humanos Fundamentais, essa é a mágica da atuação da RSC.

Theodor W. Adorno e Max Horkheimer descreveram a forma como “a cultura do entretenimento” é utilizada para manipular as massas, de modo que a população se torna doutrinada para seguir as diretrizes traçadas pelos patrocinadores do entretenimento/cultura. Ao observar os números de sucesso dos patrocínios realizados no BBB, conclui-se que atualmente a “cultura do entretenimento” ainda é utilizada para controle das massas.

Antes mesmo da última edição do BBB ser exibida, 31 (trinta e uma) marcas já haviam fechado parceria com a Rede Globo (SACCHITIELLO, 2023). Dessa informação, é possível concluir como, nos dias atuais, as empresas possuem interesse em patrocinar a “cultura do entretenimento” para garantir que irão persuadir a população a consumir os seus produtos.

Por outro lado, Pierre Bourdieu (1997) defende que a mídia, especificamente a televisão, deveria ser utilizada em prol do benefício da sociedade, e através da RSC, a população consegue exigir e impor que as produtoras de *reality show* interfiram ativamente nos casos de violações a Direitos Humanos Fundamentais entre

participantes. Essa exigência por parte da sociedade pode ser explicada e justificada pelo que Bourdieu chama de “censuras econômicas” que a televisão e seus programas sofrem por parte daqueles “anunciantes que pagam a publicidade” (BOURDIEU, 1997, p. 21), ora patrocinadores.

Pois a finalidade de um patrocinador é convencer o público a consumir seu produto, e para alcançar esse objetivo, a empresa precisa agradar o público, momento em que a RSC age ativamente.

De modo que um caso negativo se torne positivo, ou seja, que uma violação sirva de janela de oportunidade para que o programa aborde o ponto violado, tal como ocorreu nos casos 4.4, 4.5 e o narrado acima. Bourdieu (1997) defende que a televisão pode se tornar um instrumento da democracia, e a autora dessa pesquisa acredita que a televisão pode conscientizar a população acerca de seus direitos e deveres para com os Direitos Humanos Fundamentais.

Ao comparar os estudos de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer com Pierre Bourdieu, pode-se deduzir que atualmente a “mão invisível” do mercado está atuando também “ao contrário”, de forma que a sociedade também está regulando as ações das empresas por meio da RSC.

Uma situação violadora de Direitos Humanos Fundamentais deve ser utilizada como exemplo para ensinamento da população, a fim de que o telespectador tenha conhecimento tanto dos direitos quanto dos deveres que possui. Por exemplo, no caso do Nego do Borel, todas as mulheres tiveram o conhecimento da lei penal, no sentido de vislumbrar a existência de crime de estupro na situação em que um homem tenha relações sexuais com uma mulher que não está em condições de responder por si. Já os homens, que não tinham o conhecimento, passaram a ter e saber que é crime de estupro de vulnerável transar com uma mulher em estado de embriaguez extrema.

Ademais, conforme visto no capítulo 3, as emissoras de *reality show* lucram com a exposição dos participantes e lucram em dobro com as potenciais violações que

ocorrem, eis que os telespectadores ficam na expectativa para assistirem o posicionamento que a direção do programa adotará, havendo inclusive recorde de audiência quando os participantes violadores são eliminados ou expulsos do programa.

Sendo essa a primeira conclusão da presente pesquisa, a RSC acaba servindo como mecanismo direto de responsabilização da rede Globo pelos casos de violações a Direitos Humanos Fundamentais ocorridos dentro do BBB.

5.3 DA NECESSIDADE DA REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA

Apesar da RSC servir como uma espécie de responsabilizador das emissoras de televisão frente aos casos de violações a Direitos Humanos Fundamentais ocorridos entre participantes em seus programas no formato *reality show*, em respeito ao proposto nos Princípios Orientadores para Empresas e Direitos Humanos propostos pela ONU, isso não é o suficiente. A presente pesquisa defende que, além disso, a mídia precisa ser regulamentada para abranger essas situações.

A questão das empresas e direitos humanos é um tema atual no âmbito do Direito Internacional, que está em fase de formação e que para consolidar um entendimento firme necessita de normas com força vinculante. Apesar de o Brasil estar adotando um entendimento no sentido de utilizar os Princípios Orientadores como embasamento em suas decisões judiciais, é necessária *hard law* para garantir a aplicação do entendimento de que as emissoras de televisão de canal aberto e fechado devem ser responsabilizadas pelas violações a Direitos Humanos Fundamentais ocorridas em seus programas de *reality show*.

Outra justificativa para a regulamentação da mídia é o fato de que garantirá o cumprimento do disposto na Constituição Federal no tocante à função socioeducativa que a televisão necessariamente precisa ter.

Como exemplo de regulamentação de artigos da Carta Magna, cita-se a Portaria do Ministério de Estado da Justiça e Segurança Pública nº 502, de 23 de novembro de 2021, que trata da Classificação indicativa dos programas de rádio e TV e que regulamenta o artigo 21, XVI, da Constituição Federal (BRASIL, 2021).

“A Classificação Indicativa [...] é uma informação prestada às famílias sobre a faixa etária para a qual obras audiovisuais não se recomendam” (BRASIL, 2023). A referida portaria ainda recomenda os horários em que determinadas produções devem ser exibidas nas emissoras de canal aberto.

Ressalta-se que a classificação indicativa não se configura como censura, pois não proíbe a transmissão de nenhum programa, apenas regulamenta a maneira como o mesmo deve ocorrer. Da mesma maneira, a ideia proposta nesse tópico também não se enquadra em censura, vez que se trata apenas de regulamentar a forma como as emissoras devem agir em casos de violações a Direitos Humanos Fundamentais por parte de participantes de *reality show*.

O que se defende é a criação e implementação de uma lei com caráter pedagógico que irá regulamentar parcialmente o artigo 221 da Constituição Federal, que trata da função social da televisão. Na referida norma, deverá ser obrigatório que todo canal de televisão aberta, ao identificar uma violação a Direitos Humanos Fundamentais perpetrada entre participantes de programa no formato de *reality show*, deverá transmitir ao seu público uma explicação técnica demonstrando qual direito foi violado e qual a forma de lidar com aquela situação na vida real.

O que ocorreu nos casos Linn da Quebrada, João e Nego do Borel representou um avanço incrível para a conscientização da população com o respeito que se deve ter aos Direitos Humanos Fundamentais, porém, isso pode ocorrer de uma forma mais eficaz, como no caso Dourado.

A explicação pode ser feita pelo apresentador do programa, trazendo as referências técnicas, ou por um especialista, ou, ainda, através de charge, vídeo, roda de

conversa, ou qualquer outro meio capaz de garantir acesso a informações e a absorção dessas informações pelo público.

Outra particularidade que deveria constar em lei é que a informação deverá ser transmitida não apenas ao telespectador, mas também aos participantes do programa. E a intervenção para transmissão de informação deverá ocorrer quantas vezes forem necessárias para cessar a violação a Direitos Humanos Fundamentais naquela edição.

No caso do João e do Nego do Borel, uma única intervenção foi suficiente, mas não foi assim na situação da Linn da Quebrada, que envolveu uma sucessão de violações.

Portanto, apesar de a Justiça brasileira estar adotando os princípios orientadores em seus julgamentos e de a RSC, na prática, estar sendo efetivada pela direção do BBB (e de outros programas no mesmo formato), dada a relevância e importância dos Direitos Humanos Fundamentais, bem como a responsabilização do Estado pela defesa desses direitos, é imprescindível a aprovação de uma lei que regule essas situações.

CONCLUSÃO

Como se demonstrou ao longo desse estudo, atualmente, utiliza-se a denominação Direitos Humanos Fundamentais diante da interseção entre as definições de Direitos Humanos e Direitos Fundamentais, bem como em razão de a nossa Constituição garantir um status constitucional a todos os Direitos Humanos reconhecidos em tratados internacionais.

Ao se analisar os Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos propostos pela ONU, que instituiu três princípios básicos (proteção, respeito e remediação), observa-se que toda empresa precisa se atentar a casos de violações a Direitos Humanos Fundamentais sob sua responsabilidade direta ou indireta. Constatamos que o Brasil tem caminhado lentamente para modificar o status de *soft law* em direção ao juridicamente previsto em normas no tocante a esses axiomas.

Observamos ainda que, mesmo sem força normativa, esses princípios já vêm sendo utilizados como embasamento para decisões que condenam empresas que se omitiram ante à violação de Direitos Humanos Fundamentais em sua cadeia empresarial.

Ao estudar o conceito de Responsabilidade Social Corporativa, constatamos que a população brasileira tem valorizado e concordado em pagar mais caro por produtos advindos de empresas que demonstram preocupação com as necessidades da sociedade.

No mesmo sentido, observamos que empresas nacionais e estrangeiras em solo brasileiro têm se preocupado em criar e divulgar projetos sociais, bem como em atuar ativamente em assuntos de interesses dos *stakeholders*.

Discorrendo sobre as emissoras de televisão de canal aberto no Brasil à luz de Pierre Bourdieu, verificamos o poder de influência que os programas de televisão exercem sobre a massa, devendo isso ser utilizado para garantir a função social das emissoras prevista no artigo 221 da Constituição Federal.

Investigamos cinco casos reais de violações a Direitos Humanos Fundamentais que ocorreram dentro do BBB e avaliamos os desdobramentos dessas situações. A atuação da Justiça no caso da fala preconceituosa acerca da Aids gerou um precedente que pode e deve ser utilizado em eventos semelhantes. O procedimento adotado pelo Big Brother Brasil no episódio envolvendo o *black power* do participante João foi ideal e deve servir de paradigma para ocorrências futuras. A postura escolhida pelos patrocinadores nas situações envolvendo a transfobia contra Linn da Quebrada e o suposto estupro de vulnerável na Fazenda comprovou como a Responsabilidade Social Corporativa pode ser crucial ao deslinde de situações potenciais de ofensa a Direitos Humanos Fundamentais em *reality shows*.

Denota-se que é juridicamente possível e necessária a aplicação dos Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos da ONU a fim de estabelecer a Responsabilidade Social Corporativa de emissoras de canal aberto na televisão brasileira em se tratando de violações a Direitos Humanos Fundamentais entre participantes de *reality shows*. A televisão, meio comunicativo (ainda) de notável relevância, deve conduzir o seu crédito e influência sobre os cidadãos no sentido do aperfeiçoamento da democracia, em cumprimento de seu papel social constitucionalmente estabelecido.

Porém, diante da magnitude dos Direitos Humanos Fundamentais, do dever implícito de todos (Estado, empresa e sociedade) de se responsabilizar pela proteção desses direitos, conclui-se que o melhor caminho a ser adotado é a aprovação de uma *hard law* impondo a obrigação no sentido que as emissoras de canal aberto adotem uma postura capaz de conscientizar o telespectador acerca do direito que está sendo violado em determinada situação e de como o indivíduo pode e deve agir diante de tal violação.

Pierre Bourdieu acredita que a televisão tem potencial para se tornar um mecanismo capaz de atuar em favor da democracia. Abraçando esse entendimento, defende-se, no presente estudo, que a televisão pode se tornar um grande aliado na defesa dos Direitos Humanos Fundamentais.

Registra-se que, atualmente, a televisão já vem utilizando todo o seu potencial de influência de massas para abrir rodas de diálogo capazes de conscientizar seus telespectadores, mas é algo que ocorre por intervenção da RSC e que, por esse motivo, não há garantia de que sempre irá se repetir.

Atualmente, o BBB encontra-se em sua 23^a (vigésima terceira) edição, e no dia 22/01/2022, o apresentador do *reality show* interveio ao vivo no programa para alertar os participantes quanto a situação que estava ocorrendo no relacionamento entre dois participantes que o público vinha taxando como “tóxico”. A posição adotada pela direção do BBB pelo terceiro ano consecutivo comprova que a Responsabilidade Social Corporativa está, de fato, atuando e que a emissora está intervindo nos casos de possível violação a Direitos Humanos Fundamentais.

Não obstante, essa resposta imediata para atender às demandas dos telespectadores pode ser feita em um melhor formato e atendendo à finalidade constitucional da televisão, de modo que, além de abrir diálogos necessários na sociedade, o programa enriqueça esses debates com informações imprescindíveis. Para isso, faz-se necessário a devida regulamentação do artigo 220 da CF.

Por tudo isso, conclui-se que, em respeito aos Direitos Humanos Fundamentais, os princípios orientadores, que não possuem força vinculante, devem servir de embasamento para criação e aprovação de norma cogente sobre as emissoras de canal aberto, a fim de se respeitar, priorizar e garantir esses direitos.

REFERÊNCIAS

ABBUD, André de Albuquerque C. **Soft law e produção de provas na arbitragem internacional**. São Paulo: Atlas, 2014.

ABNT. ISO. ABNT NBR ISO 26000. **Diretrizes sobre responsabilidade social**. 1. ed., 2010.

ADORNO, Theodor W. HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

Agência CNJ de Notícias. Curso capacita Justiça a garantir direitos humanos em casos que envolvam empresas. **Tribunal Regional Eleitoral-PE**. Disponível em: <<https://www.tre-pe.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Agosto/curso-capacita-justica-a-garantir-direitos-humanos-em-casos-que-envolvam-empresas>>. Acesso em: 9 out. 2022.

AKATU. **Vida saudável e sustentável**. 2021. Disponível em: <https://akatu.org.br/wp-content/uploads/2021/11/VSS-2021-Relato%CC%81rio-Resultados-Pu%CC%81blicos_final.pdf>. Acesso em: 31 ago. 2022.

ALVES, Bianca. BBB21: João Luiz recebe apoio após discurso sobre racismo no 'Jogo da Discórdia'. **Minha Cultura**, 6 de abr. 2021. Disponível em: <<https://cultura.minha.com.br/2021/04/bbb21-joao-luiz-recebe-apoio-apos-discurso-sobre-racismo-no-jogo-da-discordia/>>. Acesso em: 9 out. 2022.

ALVES, Nikolas Costa. **A questão racial no BBB 21: como o cabelo de um participante virou assunto nacional**. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2022.

AMSTELNOBBB (@AmstelBrasil). **Respeite sem moderação! #AmstelNoBBB #BBB22 #BebaComModeração**. Twitter Media Studio, 24 de fev. de 2022. Tweet. Disponível em: <https://twitter.com/AmstelBrasil/status/1497027127996137484?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1497027127996137484%7Ctwgr%5Ef6ac2ecd43022e815730c8a882b8f75b229c427b%7Ctwcon%5Es1_%26ref_url=https%3A%2F%2Fpropmark.com.br%2Famstel-natura-e-avon-pedem-respeito-apos-linda-quebrada-ser-chamada-de-amigo-no-bbb%2F>. Acesso em: 24 jan. 2023.

ANDRADE, Ranyelle. BBB22: Lina chora após fala transfóbica e se recusa a perdoar brother. **Metrópoles**, 24 fev. 2022. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/entretenimento/bbb/bbb22-lina-chora-apos-fala-transfobica-e-se-recusa-a-perdoar-brother>>. Acesso em: 24 jan. 2023.

APÓS 3 anos, Ex-BBB Emilly Araújo perde processo contra Marcos Harter por agressão. **Contigo!**, 7 abr. 2020. Disponível em:

<<https://contigo.uol.com.br/noticias/famosos/apos-3-anos-ex-bbb-emilly-araujo-perde-processo-contramarcos-harter-por-agressao.phtml>>. Acesso em: 9 out. 2022.

ARAÚJO, Brayner Rogerio Tavares. **A função social da TV à luz do art. 221 da CRFB/88 e os programas de reality shows**. Monografia (Bacharel em Ciência Jurídicas e Sociais) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2014.

ARQUIVADO inquérito contra Daniel Echaniz, eliminado do BBB 12. **Migalhas**, 20 de mar. 2012. Disponível em:

<<https://www.migalhas.com.br/quentes/152168/arquivado-inquerito-contradaniel-echaniz--eliminado-do-bbb-12>>. Acesso em: 9 out. 2022.

ARQUIVADO inquérito contra Daniel Echaniz, eliminado do BBB 12. **Migalhas**, 21 de mar. 2012. Disponível em:

<<https://www.migalhas.com.br/quentes/152168/arquivado-inquerito-contradaniel-echaniz--eliminado-do-bbb-12>>. Acesso em: 9 out. 2022.

BBB 10: Por declaração de Dourado, MP quer que Globo explique sobre co. **Click PB**, 24 de mar. 2010. Disponível em: <<https://www.clickpb.com.br/televisao/bbb-10-por-declaracao-de-dourado-mp-quer-que-globo-explique-sobre-contagio-de-aids-74804.html>>. Acesso em: 9 out. 2022.

BBB 22: Laís foi a autora do torpedo polêmico enviado à Linn da Quebrada. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 22 jan. 2022. Disponível em:

<<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/bbb22/2022/01/bbb-22-lais-foi-a-autora-do-torpedo-polemico-enviado-a-linn-da-quebrada.shtml>>. Acesso em: 24 jan. 2023.

BIG BROTHER BRASIL: Plano Comercial – 23ª temporada. **Rede Globo**, 2023. Disponível em: <<https://negociosrpc-sitev2.s3.us-east-1.amazonaws.com/wp-content/uploads/2021/12/13173712/Plano-Comercial-BBB23-RPC.pdf>>. Acesso em: 24 jan. 2023.

BGOULARTE. Brunna Gonçalves faz show com cabelos naturais e desabafa sobre racismo e transição capilar. **Manequim**, 5 de abr. 2021. Disponível em:

<<https://www.manequim.com.br/beleza/pela-primeira-vez-brunna-goncalves-faz-show-com-cabelos-naturais-e-desabafa-sobre-racismo-e-transicao-capilar.phtml>>.

Acesso em: 11 out. 2022.

Big Brother Brasil: A maior quantidade de votos do público recebidos por um programa de televisão. **Guinness World Records**, Brasil, 2020. Disponível em <<https://www.guinnessworldrecords.com.br/business-solutions/case-studies/big-brother-brasil>>. Acesso em: 15 set. 2022.

BONAVIDES, Paulo. **Curso de direito constitucional**. 15. ed. São Paulo: Malheiros, 2004.

BONAVIDES, Paulo. **Curso de Direito Constitucional**. 32ª ed. São Paulo: Malheiros, 2017.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**: Seguido de "A influência do jornalismo" e "Os jogos olímpicos". Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRASIL, Avon (@AvonBR). **“ELA/DELA”: palavras tão simples de entender, né? Para mulheres trans e travestis o uso incorreto de pronomes não é um erro bobo, é uma negativa da sua existência e invisibilização. Mesmo que sem querer. É preciso mais empatia. E respeito. Vamos conversar? #ConversaTáOn.** Twitter Media Studio, 24 de fev de 2022. Tweet. Disponível em: <https://twitter.com/AvonBR/status/1496894100393668609?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1496927632465793030%7Ctwgr%5Ef6ac2ecd43022e815730c8a882b8f75b229c427b%7Ctwcon%5Es2_&ref_url=https%3A%2F%2Fpropmark.com.br%2Famstel-natura-e-avon-pedem-respeito-apos-linn-da-quebrada-ser-chamada-de-amigo-no-bbb%2F>. Acesso em: 24 jan. 2023.

BRASIL, Avon (@AvonBR). **"Respeita nosso funk, respeita nossa cor, respeita o nosso cabelo!" A @Ludmilla arrasou no recado. É sempre bom lembrar que o respeito vem antes de tudo! E vamos continuar enaltecendo o @joaoluizpedrosa por aqui. João, você é lindo, seu cabelo é LINDO!** #AvonTáOn #BBB21. Twitter Media Studio, 4 de abr. 2021. Tweet. Disponível em: <https://twitter.com/AvonBR/status/1378549916675547136?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1378549916675547136%7Ctwgr%5Ebe9df8d7701330a765b0986c65f3ce52d00318e8%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A2F%2Fblogclaraboia.blogspot.com%2F2021%2F04%2Fbbb-cabelo-netflix-joao-avon-racismo.html>. Acesso em: 9 out. 2022.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 572 de 2022**. Cria a lei marco nacional sobre Direitos Humanos e Empresas e estabelece diretrizes para a promoção de políticas públicas no tema. Brasília: Câmara dos Deputados, 2022. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2197638>. Acesso em: 9 out. 2022.

BRASIL. **Código Penal**. Decreto-Lei no 2.848, de 7 de dezembro de 1940. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm>. Acesso em: 10 out. 2022.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil 1988**. Presidência da República, Casa Civil. Brasília, DF, 5 de out. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Decreto nº 4.901, 26 de novembro de 2003**. Institui o Sistema Brasileiro de Televisão Digital - SBTVD, e dá outras providências. República, Casa Civil. Brasília, DF, 26 de nov. 2003. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/d4901.htm>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Decreto nº 5.820, 29 de junho de 2006**. Dispõe sobre a implantação do SBTVD-T, estabelece diretrizes para a transição do sistema de transmissão

analógica para o sistema de transmissão digital do serviço de radiodifusão de sons e imagens e do serviço de retransmissão de televisão, e dá outras providências. República, Casa Civil. Brasília, DF, 29 de jun. 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Decreto/D5820.htm>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Decreto nº 52.795, de 31 de outubro de 1963.** Presidência da República, Casa Civil. Brasília, DF, 31 de out. 1963. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D52795.html>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Decreto nº 9.571, de 21 de novembro de 2018. 2018.** Estabelece as Diretrizes Nacionais sobre Empresas e Direitos Humanos. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/D9571.htm. Acesso em: 21 ago. 2022.

BRASIL. **Decreto nº 9.856, 25 de junho de 2019.** Dispõe sobre o Comitê de Acompanhamento pela Sociedade Civil para a Classificação Indicativa. República, Casa Civil. Brasília, DF, 29 de jun. 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9856.htm>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Decreto-lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967.** Presidência da República, Casa Civil. Brasília, DF, 28 de fev. 1967. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del0236.htm>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Lei nº 12.986, de 2 de junho de 2014.** 2014. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/projetos/PL/pl4715.htm. Acesso em: 21 ago. 2022.

BRASIL. **Lei nº 10.359, de 27 de dezembro de 2001.** Dispõe sobre a obrigatoriedade de os novos aparelhos de televisão conterem dispositivo que possibilite o bloqueio temporário da recepção de programação inadequada. República, Casa Civil. Brasília, DF, 27 de dez. 2001. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LEIS_2001/L10359.htm>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Lei nº 11.652, de 07 de abril de 2008.** Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei no 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências. República, Casa Civil. Brasília, DF, 07 de abr. 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Lei nº 12.015, de 7 de agosto de 2009.** Altera o Título VI da Parte Especial do Decreto-Lei no 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal, e o art. 1o da Lei no 8.072, de 25 de julho de 1990, que dispõe sobre os crimes hediondos, nos

termos do inciso XLIII do art. 5º da Constituição Federal e revoga a Lei no 2.252, de 1º de julho de 1954, que trata de corrupção de menores. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l12015.htm>. Acesso em: 10 out. 2022.

BRASIL. **Lei nº 12.485, 12 de setembro de 2011**. Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis nºs 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e 9.472, de 16 de julho de 1997; e dá outras providências. República, Casa Civil. Brasília, DF, 12 de set. 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Lei nº 14.408, de 12 de julho de 2022**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 de jun. 2022. Edição: 131, Seção I, p.1. Altera a Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962 (Código Brasileiro de Telecomunicações), para dispor sobre a transferência, a comercialização e a cessão do tempo de programação para a produção independente. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-14.408-de-12-de-julho-de-2022-41476433>>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962**. Presidência da República, Casa Civil. Brasília, DF, 27 de ago. 1962. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1960-1969/lei-4117-27-agosto-1962-353835-normaatualizada-pl.html>>. Acesso em: 14 set. 2022.

BRASIL. Lei nº 7.716, de 05 de janeiro de 1989. Define os crimes resultantes de preconceito de raça ou de cor. In: **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 5 de jan. 1989. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7716.htm>. Acesso em: 9 de out. 2022.

BRASIL. **Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996**. Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

Presidência da República, Casa Civil. Brasília, DF, 15 de jul. 1967. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9294.htm>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997**. Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995. Presidência da República, Casa Civil. Brasília, DF, 16 de jul 1997. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9472.htm>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Presidência da República, Casa Civil. Brasília, DF, 30 de set. 1997. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Presidência da

República, Casa Civil. Brasília, DF, 19 de fev. 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. O que é a Classificação Indicativa?. **Ministério da Justiça e Segurança Pública**. Disponível em: <<https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1>>. Acesso em: 24 jan. 2023.

BRASIL. **Portaria nº 502/2021**. Regulamenta o processo de classificação indicativa de que tratam o art. 74 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, o art. 3º da Lei nº 10.359, de 27 de dezembro de 2001, e o art. 11 da Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011. Disponível em: <<https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/legislacao/arquivos-diversos/Portaria502SEI.pdf>>. Acesso em: 24 jan. 2023.

BRASIL. **Regulador de radiodifusão**. 2020. Disponível em: <<https://www.gov.br/anatel/pt-br/regulado/radiodifusao>>. Acesso em: 15 set. 2022.

BRASIL. **Resolução nº 5, de 12 de março de 2020**. 2020. Conselho Nacional Dos Direitos Humanos. Disponível em https://www.gov.br/mdh/pt-br/aceso-a-informacao/participacao-social/conselho-nacional-de-direitos-humanos-cndh/copy_of_ResolucaoDHeempresas.pdf. Acesso em: 21 ago. 2022.

BRASIL. Suas sem transfobia: respeito ao direito à identidade trans. **Ministério do Desenvolvimento Social**. Disponível em: <https://www.mds.gov.br/webarquivos/publicacao/assistencia_social/Folders/Suas_Sem_Transfobia.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2023.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Ação Direta de Inconstitucionalidade por Omissão nº 26**. Relator: Ministro Celso de Mello. 13 de junho de 2019. Disponível em: <<https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=754019240>>. Acesso em: 9 out. 2022.

BRASIL. Tribunal Regional do Trabalho da 4ª Região. **Recurso Ordinário Trabalhista 0021488-58.2017.5.04.0008**. Recorrente: Ministério Público do Trabalho e Dell Computadores do Brasil LTDA. Recorrido: Ministério Público do Trabalho e Dell Computadores do Brasil LTDA. Terceiro interessado: Instituto Nacional do Seguro Social. Relator: Desembargador Marcelo José Ferlin d'Ambroso. Porto Alegre, 5 de julho de 2021. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/dl/trt-condena-dell-pagar-10-milhoes.pdf>>. Acesso em: 9 out. 2022.

BRASIL. Tribunal Regional do Trabalho da 4ª Região. **Recurso Ordinário Trabalhista XXXXX-45.2016.5.04.0202**. Órgão julgador: 2ª Turma. Relator: Desembargador Marcelo José Ferlin d'Ambroso. Porto Alegre, 9 de julho de 2021. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/trt-4/1244550815>>. Acesso em: 9 out. 2022.

BRASIL. Tribunal Regional Federal (3ª Região). **Apelação cível n. XXXXX-47.2012.4.03.6100/SP**. Apelante: Ministério Público Federal. Apelado: Globo Comunicação e Participações/SA. Relator: Desembargador Federal Nery Júnior. São

Paulo, 6 de setembro de 2017. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/trf-3/499280616/inteiro-teor-499280630>>. Acesso em: 30 set. 2022.

BULOS, Uadi Lammêgo. **Curso de direito constitucional**. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

CANOTILHO, José Joaquim Gomes. **Direito Constitucional e Teoria da Constituição**. 7. ed. Coimbra: Almedina, 2003.

CANOTILHO, José Joaquim Gomes; MACHADO, Jónatas E. M. **Reality shows e liberdade de programação**. Coimbra: Coimbra Editora, 2003.

CARNEIRO, Nancy Greca de Oliveira. CORDEIRO, Andressa de Barros. CAMPOS, Denise dos Santos. Reality shows e voyeurismo: um estudo sobre os vícios da pós-modernidade. **Revista Latinoamericana de Psicopatologia Fundamental**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 1-13. São Paulo, Associação Universitária de Pesquisa em Psicopatologia Fundamental, 2005.

CASADO FILHO, Napoleão; BIANCHINI, Alice; GOMES, Luiz Flávio. **Saberes do Direito 57- Direitos Humanos e Fundamentais**. São Paulo: Saraiva Educação SA, 2012.

CASTELO, Marcos Goulart. CARVALHO, José Luis Felício dos Santos de. O "Grande Irmão" e a empresa: indústria cultural, reality shows e espetáculos organizacionais. **Cadernos. EBAPE.BR**, Botafogo, v. 3, p. 01-17. Rio de Janeiro, FGV EBAPE - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, 2005.

CLARKSON, Max E. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. **Academy of management review**, v. 20, n. 1, 1995, p. 92-117,

COAD. Vírus HIV: Justiça decide que Globo deve corrigir informações. **Jusbrasil**, 2009. Disponível em: <<https://coad.jusbrasil.com.br/noticias/2136109/virus-hiv-justica-decide-que-globo-deve-corrigir-informacoes/amp>>. Acesso em: 11 out. 2022.

COURA, Alexandre de Castro. Vacina: como é possível que pessoas inteligentes também sejam negacionistas? **A Gazeta**, Vitória, 2022. Disponível em: <<https://www.agazeta.com.br/artigos/vacina-como-e-possivel-que-pessoas-inteligentes-tambem-sejam-negacionistas-0122>> Acesso em: 13 out. 2022.

COM 56,37%, Flávia Viana derrota Marcos Harter e vence "A Fazenda 9". **TV e Famosos**, 08 de dez. 2017. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/a-fazenda/a-fazenda-9/noticias/redacao/2017/12/08/flavia-viana-derrota-marcos-harter-e-vence-a-fazenda-9.htm>>. Acesso em: 9 out. 2022.

COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. **Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility** (Green Paper) Bruxelas: 2001. Disponível em: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9. Acesso em: 25 ago. 2022.

CONNECTAS DIREITOS HUMANOS. **Empresas e Direitos Humanos**: Parâmetros da ONU para Proteger, Respeitar e Reparar. 2012. Disponível em: https://site-antigo.socioambiental.org/sites/blog.socioambiental.org/files/nsa/arquivos/conectas_principiosorientadoresruggie_mar20121.pdf Acesso em: 21 ago. 2022.

Conselho Nacional de Justiça (CNJ). **Recomendação Nº 123 de 07/01/2022**. Recomenda aos órgãos do Poder Judiciário brasileiro a observância dos tratados e convenções internacionais de direitos humanos e o uso da jurisprudência da Corte Interamericana de Direitos Humanos. Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/4305>. Acesso em: 13 out. 2022

Corte Interamericana de Direitos Humanos (CIDH). **Caso Empleados de la Fábrica de Fuegos em Santo Antônio de Jesus y sus familiares vs. Brasil**. 15 de julho de 2020. Disponível em: http://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec_407_esp.pdf. Acesso em: 9 out. 2022.

Corte Interamericana de Direitos Humanos (CIDH). **O que é a Corte IDH?**. Disponível em: https://www.corteidh.or.cr/que_es_la_corte.cfm?lang=pt. Acesso em: 12 out. 2022

DA REDAÇÃO. 'PESSOAS DEBOCHARAM', diz ex-BBB sobre suposto estupro. **IstoÉ**, 1 de out. 2021. Disponível em: <https://istoe.com.br/pessoas-debocharam-diz-ex-bbb-sobre-suposto-estupro/>. Acesso em: 9 out. 2022.

Data Stories, O "boom" dos Realities e o protagonismo das marcas. **Kantar Ibope Media**, São Paulo, junho de 2021. Disponível em: <https://my.visme.co/view/31yojg4e-data-stories-ed-11-reality-shows>. Acesso em: 15 set. 2022.

DE ESTUPRO a pedofilia, outras vezes que o 'BBB' virou caso de polícia. **Veja**, 4 de fev. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/de-estupro-a-pedofilia-outras-vezes-que-o-bbb-virou-caso-de-policia/>. Acesso em: 9 out. 2022.

DE LUCA, Márcia Martins M. **Demonstração do valor adicionado**: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB. Atlas: São Paulo, 1998

DESIMPEDIDOS. **TIAGO LEIFERT - Fala, Brasólio! #01**. Youtube, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Qyeyh46FSQQ>. Acesso em: 9 out. 2022.

DEU aula! Tiago Leifert conversa com Rodolfo sobre racismo: "De homem branco pra homem branco!". **Caras**, 7 de abr. 2021. Disponível em: <https://caras.uol.com.br/big-brother/deu-aula-tiago-leifert-conversa-com-rodolfo-sobre-racismo-de-homem-branco-para-homem-branco.phtml>. Acesso em: 9 out. 2022.

DINIZ, Célia Regina; SILVA, Iolanda Barbosa da. **Metodologia científica**. Campina

Grande; Natal: UEPB/UFRN - EDUEP, 2008.

DOZE anos depois Dourado se arrepende de fala sobre “orgulho hétero” no BBB. **Veja São Paulo**, 17 de fev. 2022. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/coluna/pop/marcelo-dourado-bbb-orgulho-hetero/>>. Acesso em: 9 de out. 2022.

DUTRA, Luiz Henrique; GERVASONI, Tamiris Alessandra. Direitos humanos em perspectiva crítica e a responsabilidade do indivíduo na concretização de direitos humanos para transformação de uma nova sociedade. **Uma Nova Pedagogia para a Sociedade Futura** (2018): 342-348.

EMILLY é a vencedora da final do ‘BBB17’. **Veja**, 14 de abr. 2017. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/cultura/ao-vivo-a-final-do-bbb17-emilly-vivian-ieda/>>. Acesso em: 9 out. 2022.

ENAP. **Empresas e Direitos Humanos**. Disponível em <https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/6452/1/M%C3%B3dulo%201%20-%20Empresas%20e%20Direitos%20Humanos.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2022.

EON, Fabio. **O que é Responsabilidade Social?**. 2015. Disponível em: <<https://www.responsabilidadesocial.com/o-que-e-responsabilidade-social/>>. Acesso em: 31 ago. 2022.

ESTADÃO CONTEÚDO. Após indícios de agressão, Globo expulsa participante do BBB 17. **Istoé**, 10 abr. de 2017. Disponível em: <<https://istoe.com.br/apos-indicios-de-agressao-globo-expulsa-participante-do-bbb-17/>>. Acesso em: 11 out. 2022.

Estudo mostra o poder do entretenimento na TV. **Kantar Ibope Media**, São Paulo, 23 de março de 2021. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/estudo-mostra-o-poder-do-entretenimento-na-tv/>>. Acesso em: 15 set. 2022.

FABRIZ, Dauri César. MENDONÇA, Gabriel Heringer de. O papel das plataformas de redes sociais diante do dever de combater o discurso de ódio no Brasil. **Revista da Faculdade de Direito UFPR**, v. 67, n. 1, pág. 127-149, 2022.

FARIA, Alexandre; SAUERBRONN, Fernanda Filgueiras. A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica. **Revista de Administração Pública**, 42, 2008, p. 27-33.

FERRONI, Gustavo; FRANCO, Luiz. 10 anos depois: os princípios da ONU sobre empresas e direitos humanos. **OXFAM Brasil**. São Paulo. 21 de jul de 2021. Disponível em <https://www.oxfam.org.br/blog/10-anos-depois-os-principios-da-onu-sobre-empresas-e-direitos-humanos/>. Acesso em: 21 ago. 2022.

FRANCO, Gabriela Porto de Melo. **Princípios orientadores da ONU sobre empresas e direitos humanos como mecanismo de solução do conflito estabelecido entre o Regime Internacional do Comércio e o de Direitos Humanos**. 2021. 91 f. TCC (Graduação em Direito) - Universidade Federal do Mato

Grosso, Campus Universitário do Araguaia, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Barra do Garças, 2021.

FREEMAN, R. Edward. **Strategic management: A stakeholder approach**. Nova York: Cambridge university press, 2010.

FREIRE JÚNIOR, Américo Bedê. **O conteúdo retórico do direito à privacidade e a validade da prova obtida mediante filmagens nos ambientes público e privado**. 2014. 228 f. Tese (Doutorado em Direitos e Garantias Fundamentais) - Programa de Pós-Graduação em Direitos e Garantias Fundamentais, Faculdade de Direito de Vitória, Vitória, 2014.

FREITAS, Daniel Castanha de; GUSSOLI, Felipe. Sujeição integral das empresas estatais brasileiras aos direitos humanos previstos em tratados internacionais. **International Journal of Digital Law | IJDL**, Especial, v.1, n. 2, 2020.

FRIEDMAN, Milton. The social responsibility of business is to increase its profits. **The New York Times**. 1970. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>>. Acesso em: 25 ago. 2022.

FUZER, Cristiane. Vítimas e vilões em reality shows no Brasil: representações e avaliações com base em evidências léxico-gramaticais. **Alfa: Revista de Linguística**, São José do Rio Preto, v. 56, p. 403-425. São Paulo, Universidade Estadual Paulista, 2012.

GADELHA, Dilermando; MAIA, Yasmim; LIMA, Regina Lucia Alves de. Drag, glamour, filth: gênero e monstrosidade em Rupaul's Drag Race e Dragula. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 61. São Paulo, Universidade Estadual de Campinas, 2021.

GARCIA, Deomara Cristina Damasceno; VIEIRA, Antoniella Santos; PIRES, Cristiane Carneiro. A explosão do fenômeno: reality show. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, Covilhã, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/garcia-deomara-reality-show.pdf>>. Acesso em: 14 set. 2022.

GERMANO, Camilla. BBB22: Eslovênia chama Linn da Quebrada de 'ele' e internet não perdoa. **Correio Braziliense**, 20 jan. 2020. Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/diversao-e-arte/2022/01/4979089-bbb22-eslovenia-chama-linn-da-quebrada-de-ele-e-internet-nao-perdoa.html>>. Acesso em: 24 jan. 2023.

GLOBO acata decisão da Justiça e BBB10 fala de Aids hoje. **Veja**, 29 de mar. 2020. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/cultura/globo-acata-decisao-da-justica-e-bbb10-fala-de-aids-hoje/>>. Acesso em: 9 out. 2022.

GLOBO atende solicitação da Justiça e corrige Dourado no BBB10. **OFuxico**, 30 de mar. 2010. Disponível em: <<https://www.ofuxico.com.br/noticias/globo-atende-solicitacao-da-justica-e-corrige-dourado-no-bbb10/>>. Acesso em: 9 out. 2022.

GLOBO é a primeira empresa da América Latina a conquistar um Grand Clio Entertainment Award, com campanha 'Movido a Respeito'. **Rede Globo**, 3 nov. 2017. Disponível em: <<https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/globo-e-a-primeira-empresa-da-america-latina-a-conquistar-um-grand-clio-entertainment-award-com-campanha-movido-a-respeito.ghtml>>. Acesso em: 24 jan. 2023.

GONÇALVES, Flávio. Concessões Públicas de Rádio e TV no ES: a barbárie que não está na TV, no rádio e no jornal. **SINDIJORNALISTAS-ES**, Vitória, 31 de janeiro de 2022. Disponível em: <<http://www.sindijornalistases.org.br/concessoes-publicas-de-radio-e-tv-no-espirito-santo-a-barbarie-que-nao-esta-na-tv-no-radio-e-nos-j/>>. Acesso em: 15 set. 2022.

GONÇALVES, Gabriela Marques. Consumo televisivo de la población gitana y sus reflexiones sobre el reality show Los Gypsy Kings. Intercom: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 44, n. 3, p. 21-34.

GOV. **Conselho Nacional de Direitos Humanos (CNDH)**. 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/mdh/pt-br/aceso-a-informacao/participacao-social/conselho-nacional-de-direitos-humanos-cndh/conselho-nacional-de-direitos-humanos-cndh>. Acesso em: 21 ago. 2022.

GOVERNO encaminha ao MP/RJ pedido de providências sobre episódio do BBB. **Migalhas**, 17 de jan. 2012. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/quentes/148148/governo-encaminha-ao-mp-rj-pedido-de-providencias-sobre-episodio-do-bbb>>. Acesso em: 9 out. 2022.

GRELLET, Fábio. Marcos é expulso de BBB após indício de agressão a Emily. **Estadão**, 10 abr. 2017. Disponível em: <<https://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,exame-medico-de-emily-pode-determinar-expulsao-de-marcos-do-bbb,70001734211>>. Acesso em: 9 de out. 2022.

GROTTI, Dinorá Adelaide Musetti. **A experiência brasileira nas concessões de serviço público**. Interesse Público, Belo Horizonte, v. 9, n. 42, mar. 2007. Disponível em: <<http://bdjur.stj.jus.br/dspace/handle/2011/38544>>. Acesso em: 14 set. 2022.

HISTÓRIA. **Memória Globo**, 28 de out. 2021. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/reality-shows/big-brother-brasil-10/noticia/historia.ghtml>>. Acesso em: 9 out. 2022.

HOBBSAWM, Eric J. **Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991**. Tradução de Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

INSTITUTO ETHOS. **O instituto**. Disponível em: <<https://www.ethos.org.br/conteudo/o-instituto/>> Acesso em: 25 ago. 2022.

INTERNAUTAS acusam Marcos do BBB de agressão a Emily e pedem expulsão. **Isto é**, 9 abr. 2017. Disponível em: <<https://istoe.com.br/internautas-acusam-marcos-do-bbb-de-agressao-a-emily-e-pedem-expulsao/>>. Acesso em: 9 de out. 2022.

JAMBEIRO, Othon Fernando. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: Edufba, 2001.

JOGO da Discórdia: João indica quem é o melhor jogador, quem é o pior e quem joga sujo. Big Brother Brasil 21. **Globoplay**, Rio de Janeiro, 2021 (5min), son. Globoplay. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/9412618/>>. Acesso em: 9 out. 2022.

JUSTIÇA determina que 'BBB 10' esclareça como se contrai o vírus HIV. **G1 Globo**, 29 de mar. 2010. Disponível em: <<https://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL1549511-7084,00-JUSTICA+DETERMINA+QUE+BBB+ESCLARECA+COMO+SE+CONTRAI+O+VIRUS+HIV.html>>. Acesso em: 9 out. 2022.

JUSTIÇA ordena que Globo desminta Dourado e informe sobre aids. **Veja**, 29 de mar. 2010. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/cultura/justica-ordena-que-globo-desminta-dourado-e-informe-sobre-aids/>>. Acesso em: 9 out. 2022.

KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Marco referencial da responsabilidade social corporativa**. Disponível em: <<https://www.gestipolis.com/marco-referencial-da-responsabilidade-social-corporativa/>>. Acesso em: 31 ago. 2022.

KREITLON, M. A ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. In: **Encontro Anual da ANPAD**. 28., Curitiba, 2004. Anais eletrônicos. Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/30948138/A_Etica_nas_Relacoes_entre_Empresas_e_Sociedade-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1661668922&Signature=Q3cB8vKEprSlqqAy279iU52E5~qNdDoGmsTKZPhs8EAAkUgwTg1IS7D1~o8fVlltjPUkQ3bXq0WxTyineqALgfzI5uetOGJNxYqkNoxzDXk4rHWAcXQSJKoB3II2TKdPuLBF3lPiKxL9tZHfiBWkpg1cXsrPAVmxPnD5glRBRbX9inZtAdjkmkk2i08NuhFPPZiwJefembC2N8gZshTnpckWJGSZqfpaxoMTNGhFPE7SENq487BTqPZ9KO5RD4gNZhR7axV9sjbaAxGb0NPo9534SGAXiYrT79QHUqLN27DuHtTF2VCHnWq0Gu3lb4CIJ9IQOyk1vJNGTdetF7r3w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA. Acesso em: 25 ago. 2022.

LEITE, Thiago Bittencourt de Moraes Mateus. **Televisão no Brasil: papel social no passado, presente e futuro**. Monografia (MBA de Gestão de Serviços de Telecomunicações, Departamento Acadêmico de Eletrônica) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2018.

LIMA, Venício. As concessões de radiodifusão como moeda de barganha política. **Revista Adusp**, São Paulo, nº 42, p. 26-33. São Paulo, Associação de Docentes da Universidade de São Paulo, 2008.

LINN da Quebrada explica tatuagem 'ela' na testa: 'quero ser tratada pelo pronome feminino'. **Gshow**, Rio de Janeiro, 23 jan. 2022. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb22/tempo-real/noticia/linn-da-quebrada-explica-tatuagem-ela-na-testa-quero-ser-tratada-pelo-pronome-feminino.ghtml>>. Acesso em: 24 jan. 2023.

LOVE is Blind Brazil. Cássia Dian. Brasil: Netflix, 2021. Disponível em: <<https://www.netflix.com/title/81284981>>. Acesso em: 13 set. 2022.

LUZ, Denise; GIACOMOLLI, Nereu José. Jurisdição criminal brasileira e as Cortes Internacionais de Direitos Humanos: diálogos necessários. **Revista De Direitos e Garantias Fundamentais**, Vitória: FDV, v.19(1), 2018, p. 91-122.

MAIA, Maria Carolina. Expulsão de Marcos rende melhor audiência ao 'BBB' em 2 anos. **Veja**, 13 abr. 2017. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/cultura/expulsao-de-marcos-rende-melhor-audiencia-ao-bbb-em-2-anos/>>. Acesso em: 9 de out. 2022.

MAIA, Maria Carolina. Globo erra ao tratar agressão de Marcos como parte do jogo do BBB. **Veja**, 10 abr. 2017. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/cultura/globo-erra-ao-tratar-agressao-de-marcos-como-parte-do-jogo-do-bbb/>>. Acesso em: 9 de out. 2022.

MAKTUBDOURADO. “**HETEROFOBIA**” (existe?). Brasil, fevereiro de 2016. Instagram. Maktubdourado. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/CaD3n2slunJ/>>. Acesso em: 9 out. 2022.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica: ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis**. São Paulo: Atlas, 1993.

MARMELSTEIN, George. **Curso de direitos fundamentais**. São Paulo: Atlas, 2008, p. 20.

MATHIS, Adriana de Azevedo; MATHIS, Armin. Responsabilidade social corporativa e direitos humanos: discursos e realidades. **Revista Katálysis**, v. 15, 2012, p. 131-140.

MBEMBE, Achille. **Políticas da Inimizade**. 1. ed. Portugal: Antígona, 2017.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Curso de direito administrativo**. 28. ed. São Paulo.

MELLO, Dayane. A Fazenda 13: Dayane Mello dá sua versão sobre o ocorrido com Nego do Borel. **Folha de São Paulo**, 26 de set. 2021. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/a-fazenda-13/2021/09/a-fazenda-13-dayane-mello-da-sua-versao-sobre-o-ocorrido-com-nego-do-borel.shtml>>. Acesso em: 9 out. 2022.

MEZZAROBA, Orides. MONTEIRO, Cláudia Servilha. **Manual da metodologia em direito**. São Paulo: Saraiva, 2004.

MILLAN, Marília Pereira Bueno. Reality shows: uma abordagem psicossocial. **Revista Psicologia: ciência e profissão**, Brasília, v. 26, p. 190-197, 2006.

MONIQUE Amin: 'Eu não me lembro de sexo'. **Caras**, 16 de jan. 2012. Disponível em: <<https://caras.uol.com.br/tv/monique-amin-eu-nao-me-lembro-nada-de-sexo.phtml>>. Acesso em: 9 out. 2022.

MONIQUE sugere que Globo 'abafou' possível caso de estupro no BBB. **Veja**, 26 de fev. 2018. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/cultura/monique-sugere-que-globo-abafou-possivel-caso-estupro-no-bbb/>>. Acesso em: 9 out. 2022.

MPRJ oferece recurso para que ex-BBB responda por crime de violência doméstica. **Ministério Público do Rio de Janeiro**, 7 jun. 2017. Disponível em: <<https://www.mprj.mp.br/home/-/detalhe-noticia/visualizar/42107>>. Acesso em: 9 de out. 2022.

MUGRABI, Elias. **Projeto de Pesquisa Jurídica**: orientações metodológicas. Vitória, 2010.

MURR, Vitória El. Análise de Caso: Duda Reis e Nego do Borel. **Jusbrasil**, 2020. Disponível em: <<https://vlmurr.jusbrasil.com.br/artigos/1169004669/analise-de-caso-duda-reis-e-nego-do-borel>>. Acesso em: 9 out. 2022.

NATURA, Nat (@naturabrofficial). **Respeito e empatia: duas palavrinhas que transformam o mundo em um lugar mais bonito. Estamos juntas nessa!**. Twitter Media Studio, 24 de fev. de 2022. Tweet. Disponível em: <https://twitter.com/naturabrofficial/status/1496927632465793030?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1496927632465793030%7Ctwgr%5Ef6ac2ecd43022e815730c8a882b8f75b229c427b%7Ctwcon%5Es1_%amp;ref_url=https%3A%2F%2Fpropmark.com.br%2Famstel-natura-e-avon-pedem-respeito-apos-linn-da-quebrada-ser-chamada-de-amigo-no-bbb%2F>. Acesso em: 24 jan. 2023.

NEGO do Borel é expulso de "A Fazenda 13". **A Gazeta**, 26 de set. 2021. Disponível em: <<https://www.agazeta.com.br/entretenimento/famosos/nego-do-borel-e-expulso-de-a-fazenda-13-0921>>. Acesso em: 9 out. 2022.

NEGO do Borel é expulso de 'A Fazenda 13' após episódio com Dayane Mello. **Jovem Pan**, 25 set. 2021. Disponível em: <<https://jovempan.com.br/entretenimento/tv-e-cinema/nego-do-borel-e-expulso-de-a-fazenda-13-apos-episodio-com-dayane-mello.html>>. Acesso em: 9 de out. 2022.

NEGO do Borel é expulso de A Fazenda 13. **Veja São Paulo**, 25 de set. 2021. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/coluna/pop/nego-do-borel-expulso-a-fazenda/>>. Acesso em: 9 out. 2022.

NETTO, Miguel Rodrigues. Um panorama das concessões em televisão no Brasil. **Revista Comunicação, Cultura e Sociedade**, v. 2, n. 1. Mato Grosso, Universidade do Estado de Mato Grosso, 2014.

NEVES, Maria. Como racismo virou debate no BBB e inquérito policial após comentário de Rodolfo sobre cabelo de João. **G1 Globo**, 9 de abr. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/04/09/como-racismo-virou-debate-no-bbb-e-inquerito-policial-apos-comentario-de-rodolfo-sobre-cabelo-de-joao.ghtml>>. Acesso em: 9 out. 2022.

NEVES, Marília. Como racismo virou debate no BBB e inquérito policial após comentário de Rodolfo sobre cabelo de João. **G1 Globo**, 9 de abr. 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/04/09/como-racismo-virou-debate-no-bbb-e-inquerito-policial-apos-comentario-de-rodolfo-sobre-cabelo-de-joao.ghtml>>. Acesso em: 9 out. 2022.

NIELSENIQ. **Escolhas sustentáveis**: como empresas socialmente responsáveis lucram com isso?. 2015. Disponível em: <<https://nielseniq.com/global/pt/insights/analysis/2015/escolhas-sustentaveis-como-empresas-socialmente-responsaveis-lucram-com-isso/>>. Acesso em: 31 ago. 2022.

NO BBB, Ludmilla defende João Luiz após fala de Rodolfo. **Folhapress**, 4 abr. 2021. Disponível em: <<https://br.vida-estilo.yahoo.com/no-bbb-ludmilla-defende-jo%C3%A3o-122900779.html>>. Acesso em: 9 out. 2022.

OEA. **Convenção Americana sobre Direitos Humanos**. 1969. Disponível em: http://www.cidh.oas.org/basicos/portugues/c.convencao_americana.htm. Acesso em: 21 ago. 2022.

OLIVEIRA, Liziane Paixão Silva; BERTOLDI, Márcia Rodrigues. A importância do soft law na evolução do Direito Internacional. **XIX Congresso Nacional do CONPEDI**. 2010.

ONU. **Resolução 53/144 da Assembleia Geral das Nações Unidas, de 9 de Dezembro de 1998**. Declaração sobre o Direito e a Responsabilidade dos Indivíduos, Grupos ou Órgãos da Sociedade de Promover e Proteger os Direitos Humanos e Liberdades Fundamentais Universalmente Reconhecidos (Defensores de Direitos Humanos). Disponível em: <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Issues/Defenders/Declaration/declarationPortuguese.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2022.

PACHECO, Paulo. BBB 21: Fala de Rodolfo amplia péssimo histórico de reality com black power. **Observatorio da TV**, 6 abr. 2021. Disponível em: <<https://observatoriodatv.uol.com.br/colunas/paulo-pacheco/bbb-21-fala-de-rodolfo-amplia-pessimo-historico-de-reality-com-black-power>>. Acesso em: 9 out. 2022.

PAZZINATO, Alceu L. SENISE, Maria Helena V. **História Moderna e Contemporânea**. 8. ed. São Paulo: Ática, 1995.

PEDRA, Adriano Sant'Ana. As diversas perspectivas dos direitos fundamentais. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, v. 18(2), Vitória, 2018, p. 9-12.

PEREIRA, Leonardo Piau. Cinco curiosidades sobre por que assistimos a reality shows que talvez você não saiba. **Comunica Ufu**, Uberlândia, 30 de agosto de 2022. Disponível em: <<https://comunica.ufu.br/noticia/2022/08/cinco-curiosidades-sobre-por-que-assistimos-reality-shows-que-talvez-voce-nao-saiba>>. Acesso em: 14 de set. 2022.

PEREZ LUÑO, Antônio E. **Los Derechos Fundamentales**. 7, ed., Madrid: Tecnos, 1998.

PERUCH, Thiago. História da Televisão. **Espaço do conhecimento UFMG**. 18 de janeiro de 2022. Disponível em: <<https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/historia-da-televisao/>>. Acesso em: 15 set. 2022.

PINHEIRO, Rosiane Rodrigues De Sousa. **A Televisão e Sua Influência no Processo do Ensino Aprendizagem**: Possibilitando Novos Olhares Na Ação Pedagógica. Dissertação (Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Mídias em Educação) - Faculdade Universidade Federal do Amapá, 2012.

PODESTÁ, Lucas Lima de. Ensaio sobre o conceito de transfobia. **Periódicus**, Salvador, n.11, v. 1, mai-out. 2019 – Revista de estudos indisciplinados em gêneros e sexualidades, pp. 363-380.

PROCURADORIA DA REPÚBLICA EM SÃO PAULO. MPF move ação para que Globo seja impedida de exibir cenas de crime ou que lembrem crimes no BBB. **Jusbrasil**, 2012. Disponível em: <<https://pr-sp.jusbrasil.com.br/noticias/3098538/mpf-move-acao-para-que-globo-seja-impedida-de-exibir-cenas-de-crime-ou-que-lembrem-crimes-no-bbb>>. Acesso em: 9 out. 2022.

QUEIROZ, Maria. **O coronelismo numa interpretação sociológica**. In: FAUSTO, Bóris. (Org.). História geral da civilização brasileira: estrutura de poder e economia. São Paulo: Difel, 1975, v. 1. t. III.

QUEM saiu do BBB 22: Linn da Quebrada é a 12ª eliminada. Gshow, 10 abr. 2022. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb22/tempo-real/noticia/quem-saiu-do-bbb-22-linn-da-quebrada-e-a-12a-eliminada.ghtml>>. Acesso em: 24 jan. 2023.

Reality shows: por que fazem tanto sucesso?. **Comunicação - Marketing Mackenzie**, São Paulo, 27 de abril de 2021. Disponível em: <<https://www.mackenzie.br/noticias/artigo/n/a/i/reality-shows-por-que-fazem-tanto-sucesso>>. Acesso em: 15 set. 2022.

RIBEIRO, Raquel Martins. BBB22: Natália chama Lina de “ele” e apoia Lucas após erro de pronome. **Metrópoles**, 24 fev. 2022. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/entretenimento/bbb/bbb22-natalia-chama-lina-de-ele-e-apoia-lucas-apos-erro-de-pronome>>. Acesso em: 24 jan. 2023.

PATROCINADORES pressionam Record para a expulsão de Nego do Borel. **Revista Quem**, 27 de set. 2021. Disponível em: <<https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2021/09/patrocinadores-pressionam-record-para-expulsao-de-nego-do-borel.html>>. Acesso em: 9 out. 2022.

REMPEL, Ronaldo Ely. **Função social do telejornalismo**: uma análise da série de reportagens “Fome” da Rede Globo de Televisão. Monografia (Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo) – Universidade do Vale do Taquari, 2016.

RICCIO, Vicente. A Lei em tela e a tela da lei: O Direito e os Reality Shows. **Dados: Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 44, p. 773-805. Rio de Janeiro, IUPERJ, 2001.

ROSSI, Leticia Verdi. Globo corrige informação sobre contágio do HIV divulgada por participante do BBB. **Jusbrasil**, 2009. Disponível em: <<https://agu.jusbrasil.com.br/noticias/2137911/globo-corrige-informacao-sobre-contagio-do-hiv-divulgada-por-participante-do-bbb>>. Acesso em: 9 out. 2022.

SACCHITIELLO, Bárbara. BBB 23 bate recorde e garante 30 marcas antes da estreia. **Meio&Mensagem**, 3 jan. 2023. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/midia/bbb-23-bate-recorde-e-garante-31-marcas-antes-da-estreia>>. Acesso em: 24 jan. 2023.

SÃO PAULO. Tribunal Regional Federal da 3ª Região TRF-3. **Apelação Cível**: AC XXXXX-47.2012.4.03.6100. Relator: Nery Júnior. Data do julgamento: 6/9/2017. Data da publicação: 12/9/2017. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/trf-3/499280616/inteiro-teor-499280630>>. Acesso em: 11 out. 2022.

SILVA, Beatriz Moreira da. **A responsabilidade do estado e das empresas frente aos direitos humanos**: 10 anos da publicação dos princípios orientadores das nações unidas sobre empresas e direitos humanos. 43f. TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) – Graduação em direito, Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiás, 2022.

SILVA, Jane Teles. Qual a Função Social da Tv: Informar, Formar ou Entreter? Uma abordagem sobre consumo infantil na sociedade contemporânea. In: **Reunião Regional da SBPC no Recôncavo da Bahia**, 2010, Bahia. Anais/Resumos da Reunião Regional da SBPC no Recôncavo da Bahia/BA. Disponível em: <<http://www.sbpnet.org.br/livro/reconcavo/resumos/768.htm>>. Acesso em: 15 set. 2022.

SOUZA, Filipe. Rival de Dourado no reality, Dicesar celebra pedido de desculpas do ‘BBB10’: “Lutadores queriam me bater na rua”. **Pheeno**, 2022. Disponível em: <<https://pheeno.com.br/2022/02/rival-de-dourado-no-reality-dicesar-celebra-pedido-de-desculpas-do-bbb10-lutadores-queriam-me-bater-na-rua/>>. Acesso em: 9 out. 2022.

SPLIGLIATTI, Solange. MPF quer que BBB 10 esclareça como se contrai AIDS. **Estadão**, 14 de mar. 2010. Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,mpf-quer-que-bbb-10-esclareca-como-se-contrai-aids,528602>>. Acesso em: 9 out. 2022. p. 149

STYCER, Maurício. Vídeo vazado expõe relato de Emilly a médico e advogada do BBB sobre Marcos. **Uol**, 27 ago. 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/colunas/mauricio-stycer/2020/08/27/video-vazado-expoe-relato-de-emilly-a-medico-e-advogada-do-bbb-sobre-marcos.htm>>. Acesso em: 9 de out. 2022.

SUSPEITA de estupro, agressão, polêmica: Cinco vezes que a Globo precisou intervir no BBB. **Na Telinha**, 06 de jan. 2022. Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/bbb/2022/01/06/suspeita-de-estupro-agressao-polemica-cinco-vezes-que-a-globo-precisou-intervir-no-bbb-174932.php>>. Acesso em: 9 out. 2022.

TIAGO conversa com Rodolfo e brothers sobre episódio envolvendo João Luiz no BBB21. Big Brother 21. **Globoplay**, Rio de Janeiro, 2021 (12min), son., Globoplay. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/9415693/?s=0s>>. Acesso em: 9 out. 2022.

TURATTI Junior, Marco Antonio; BERNARDI, Renato. Quem matou Odete Roitman? A responsabilidade do Estado sobre o entretenimento televisivo e os reflexos jurídicos da representatividade social na telenovela brasileira. **Revista De Direitos E Garantias Fundamentais**, Vitória: 2019, v. 20(1), p. 71-94.

UNCTAD. The Social Responsibility of Transnational Corporations. **United Nations Conference on Trade and Development**. New York and Geneva: United Nations, 1999. Disponível em: <https://unctad.org/system/files/officialdocument/poiteiitm21_en.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2022.

UNITED NATIONS HUMAN RIGHTS. **Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the United Nations “Protect, Respect and Remedy” Framework**. 2011. Disponível em: <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf>. Acesso em: 23 ago. 2022.

VAQUER, Gabriel. BBB 22: Linn da Quebrada sofre transfobia em torpedão anônimo: 'Solteiro?'. **Uol**, 22 jan. 2022. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/bbb/bbb-22-linn-da-quebrada-sofre-transfobia-em-torpedo-anonimo-solteiro-73815>>. Acesso em: 24 jan. 2023.

VAZA vídeo de Emilly Araújo falando de agressões de Marcos Harter no BBB17; Globo se pronuncia. **Revista Quem**, 27 de ago. 2020. Disponível em: <<https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2020/08/vaza-video-de-emilly>>

araujo-falando-de-agressoes-de-marcos-harter-no-bbb17-globo-se-pronuncia.html>. Acesso em: 9 out. 2022.

VIANA, S. Jaula de vidro. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, n. 60, p. 91-109, 2015. DOI: 10.11606/issn.2316-901X.v0i60p91-109. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rieb/article/view/97693>. Acesso em: 13 set. 2022.

VIEIRA, Oscar Vilhena; DuPree, A. Scott. Reflexões acerca da sociedade civil e dos direitos humanos. **Sur. Revista Internacional de Direitos Humanos** [online]. 2004, v. 1, n. 1, pp. 48-69. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1806-64452004000100004>. Acesso em: 21 ago. 2022.

WBCSD. **Our-history**. 2022. Disponível em: <<https://www.wbcd.org/Overview/Our-history>>. Acesso em: 25 ago. 2022.

WEB fica impactada com o discurso de Eliminação de Tadeu Schmidt deste domingo, 10/04: 'Necessário'. **Gshow**, 11 abr. 2022. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb22/a-internet-ta-vendo-no-bbb-22/noticia/web-fica-impactada-com-o-discurso-de-eliminacao-de-tadeu-schmidt-deste-domingo-1004-necessario.ghtml>>. Acesso em: 24 jan. 2023.

YOUTUVIEWS. FUNK BBB12 - Monique se Dormir, Vai Tomar Dormindo (DJ RD da NH) (Estupro). **YouTube**. 2012. 3min28seg. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EvvkwckHO6g>>. Acesso em: 10 out. 2022.