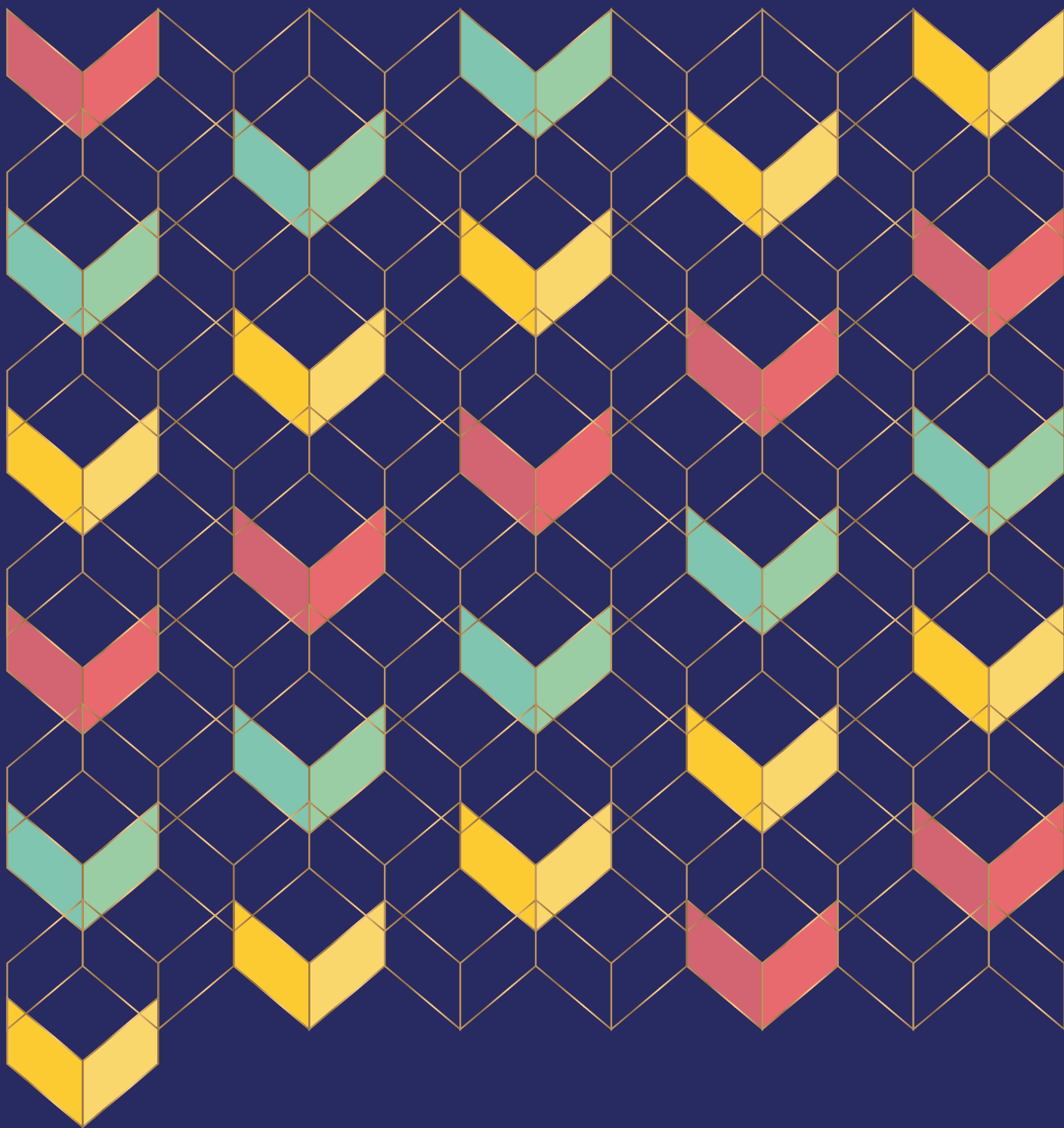




NAUS
REVISTA LUSÓFONA
DE ESTUDOS CULTURAIS
E COMUNICACIONAIS

2019

VOLUME **2** | NÚMERO **1**

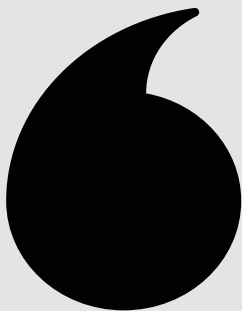
SEMESTRAL (JANEIRO, JULHO)

ISSN (ONLINE): 2184-3058

ASSINATURA ANUAL IMPRESSA: 50€

pontēditora

naus
Revista Lusófona de Estudos Culturais e Comunicacionais



As tramas das novelas são, em geral, movidas por oposições entre homens e mulheres; entre gerações; entre classes sociais; entre localidades rurais e urbanas; arcaicas e modernas, representadas como tendências intrínsecas e simultâneas da contemporaneidade brasileira. Outros recursos dramáticos típicos como identidades falsas, trocas de filhos, pais desconhecidos, heranças repentinas, ascensão social via casamento estão presentes de maneira recorrente e convivem bem com referências a temáticas e repertórios nacionais e atuais na época em que vão ao ar.

VASSALO DE LOPES, Maria Immacolata. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. In Comunicação & Educação, São Paulo, (26): 17 a 34, jan./abr. 2003.

NAUS – REVISTA LUSÓFONA DE ESTUDOS CULTURAIS E COMUNICACIONAIS



NAUS - Revista Lusófona de Estudos Culturais e Comunicacionais

Ponteditora, Sociedade Unipessoal, Lda
Startup Madeira - Campus da Penteada
9020 - 105 Funchal, Madeira

E-mail: geral@ponteditora.org

Telefone: + 351 291 723 010

URL: ponteditora.org

URL (revista): revistas.ponteditora.org/index.php/naus

 facebook.com/ponteditora

 linkedin.com/in/ponteditora

 twitter.com/ponteditora

 instagram.com/ponteditora

Editor - chefe: Cristiano Santos

Periodicidade: Semestral (janeiro, julho)

Propriedade/Editora: Ponte Editora, Sociedade Unipessoal, Lda.

Composição do Capital da Entidade Proprietária:

10.000 euros, 100% propriedade
Ana Leite

ISSN (online): 2184-3058

ERC: 127194

EQUIPA EDITORIAL

EDITOR - CHEFE

Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos - Doutor e Mestre em Comunicação e Cultura. Atualmente é Professor Adjunto na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil.

CONSELHO

Carla Delfina Carvalho - Mestre em Estudos Linguísticos e Culturais, Universidade da Madeira.

Cláudia Martins - Mestre em Ciências da Linguagem e Doutoranda em Linguística, Universidade Nova de Lisboa; Professora de Português como Língua Estrangeira, Berlitz; Tutora dos Cursos de Português para Estrangeiros, Camões – Instituto da Cooperação e da Língua, I.P.; Investigadora e Assistente Convidada/Pós-Graduação, Centro de Linguística da Universidade Nova de Lisboa.

Cristian Góes - Doutor em Comunicação e Sociabilidade pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), programa sanduíche com a Universidade do Minho, em Portugal. É mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). Tem especialização em Gestão Pública (Fundação Getúlio Vargas - FGV) e em Comunicação na Gestão de Crise (Universidade Gama Filho - UGF). É membro da Comissão Nacional de Ética da Federação Nacional dos Jornalistas. Participa da equipe do Museu Virtual da Lusofonia e do Coletivo Carolina Maria de Jesus de Pesquisa em Jornalismo e Cultura.

Dionísio Vila Maior - PhD em Literatura Portuguesa, Universidade Aberta.

Dora Nunes Gago - PhD em Línguas e Literaturas Românicas, Universidade Nova de Lisboa, Professora associada de Literatura no departamento de Português da Universidade de Macau.

Filipe Abraão Couto - PhD em Filosofia e Cultura, Universidade do Minho.

Helena Garvão - PhD no ramo de Estudos Literários, Especialidade em Língua Portuguesa, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa; Mestre em Linguística Portuguesa Histórica, Universidade de Lisboa.

Hugo Diogo - Embaixador do Plano Europeu de Investimento para Portugal, Comissão Europeia; Curso Especializado em Gestão, Eficiência e Rentabilidade, Coimbra Business School; Mestrando em Empreendedorismo e Gestão de Inovação, Universidade Europeia.

Idalina Sardinha - PhD em Estudos da Arte, Universidade da Madeira.

Inês Aroso - Doutorada em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (2012). Professora Auxiliar na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD). Investigadora Integrada no LabCom (Universidade da Beira Interior).

Irene Maria Blayer - PhD em Linguística, Universidade de Toronto, Professora

CIENTÍFICO

Catedrática na Universidade de Brock, Canadá.

Juliana Bonilha - PhD em letras, Universidade Estadual Paulista; Pós-Doutorada em Literatura Comparada; Universidade Nova de Lisboa.

Luis Filipe B. Teixeira - PhD em Estudos Portugueses – Cultura Portuguesa do séc. XX, FCSH da Universidade Nova; Pós-Doutorando em Design, Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa; Investigador Efetivo do CIAUD – Centro de Investigação em Arquitectura, Urbanismo e Design; Investigador Associado do CIES-IUL; Pesquisador do NELI, Universidade Federal de Pernambuco; Docente, University of the People.

Luísa Marinho Antunes Paolinelli - Mestre em Literatura Portuguesa (Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa); Doutorada em Literatura Comparada – Literatura Portuguesa e Literatura Brasileira (Universidade da Madeira); Professora Auxiliar no Centro de Competências de Artes e Humanidades da Universidade da Madeira, na qual é docente desde 1994; Leciona nas áreas da Literatura Portuguesa e Brasileira, Estudos Literários e Estudos Interculturais.

Mariana Batalha Dos Loios - Mestranda em Linguística Aplicada, Língua e Cultura Portuguesa, Universidade de Macau.

Mário Vítor Bastos - PhD em Humanidades, Estudos portugueses, americanos e ingleses; Universidade de Lisboa.

Roberta Bueno Bocchi - Doutora em Educação pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2015) e Mestre em Educação pela Universidade Cidade de São Paulo (2006). Especialista em Neurociência aplicada à Educação pela Faculdade de Ciências Médicas da Santa Casa de São Paulo (2019) e Especialista em Formação de Educadores pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2002). Atualmente é Supervisora de Ensino efetiva da Rede de Educação Básica do Estado de São Paulo.

Rute Costa - PhD em Linguística, Universidade Nova de Lisboa.

Sandrina Teixeira - PhD em Comunicação, Publicidade e Relações Públicas, Universidade de Vigo; Instituto Politécnico do Porto.

Tania Rezende - PhD em Estudos Linguísticos, Universidade Federal de Minas Gerais.

ESTATUTO EDITORIAL

I – A **NAUS – Revista Lusófona de Estudos Culturais e Comunicacionais**, conhecida também pelas formas abreviadas de **NAUS** ou **Revista NAUS**, é uma publicação periódica. Propriedade da Editora: Ponteditora.

II – A **NAUS** dedica-se à divulgação do conhecimento em relação aos fenómenos e relações culturais, bem como, as mediações socioculturais.

III – A linha editorial da **NAUS** centra-se na área da cultura e da comunicação, explorando disciplinas como a literatura, a linguística, entre outras.

IV – A **NAUS** tem por missão fomentar a ciência como forma de estimular a investigação e a elaboração de estudos nos países da CPLP e da Diáspora de língua portuguesa.

V – A **NAUS** é editada semestralmente, em papel, em Portugal e, quando se justificar, na CPLP, sendo disseminada no resto do mundo através da Internet.

VI – A **NAUS** terá, aproximadamente, 80 a 100 páginas de formato A4 e uma tiragem em papel inferior a 1000 exemplares.

VII – A revista **NAUS** destina-se a professores, investigadores e académicos, nacionais ou estrangeiros.

VIII – A **NAUS** apresenta um corpo editorial técnico e científico, aberto a académicos, investigadores e profissionais oriundos de diversas organizações e empresas relacionadas com a investigação cultural e comunicacional.

IX – A revista **NAUS** publica artigos académicos e científicos, originais e de revisão.

X – A **NAUS** publica em português, podendo excecionalmente apresentar artigos noutra língua, desde que se trate de uma língua reconhecida internacionalmente no meio académico e profissional, como por exemplo em inglês.

XI – A revista **NAUS** pretende promover o intercâmbio de ideias, experiências e projetos entre os autores e editores, contribuindo para a reflexão cultural, comunicacional e para a sua ligação com a sociedade.

XII – A **NAUS** assume o compromisso de assegurar o respeito pelos princípios deontológicos e pela ética profissional dos jornalistas, assim como pela boa-fé dos leitores, nos termos nº 1 do artigo 17º da Lei de Imprensa.

001

EDITORIAL

Editorial

003

**A MODA SOBRE RODAS: BICICLETAS,
VESTUÁRIOS E COMPORTAMENTOS
FEMININOS**

*Fashion on wheels: bicycles, clothing and
women's behavior*

051

**MONÓCULO FOTOGRÁFICO: UMA
CRÔNICA SOBRE AS RELAÇÕES
E PROCESSOS DA IMAGEM
ITINERANTE**

*Photographic monocle: a chronicle on the
relationships and processes of the
traveling image*

065

**ETIQUETA E CONSUMO: UMA
NARRATIVA DOS MODOS DE SER
EM MANUAIS DE CIVILIDADE**

*Etiquette and consumption: a narrative of ways
of being in civility manuals*

019

**A INFLUÊNCIA DO "QUARTETO
MÁGICO" NA TELENÓVELA
BRASILEIRA: ANÁLISE DO
IMPACTO DE QUATRO AUTORES
NA FORMAÇÃO DA NARRATIVA
FICCIONAL TELEVISIVA**

*The influence of the "Magic Quartet" on Brazilian
Soap Opera: Analysis of the impact of four
authors in formation of fictional
television narrative*

039

**A ESPERANÇA DANÇA NA CORDA
BAMBA DE SOMBRINHAL – A
SINESTESIA MÚSICA E AUDIOVISUAL
EM OS DIAS ERAM ASSIM**

*The hope dance in tightrope of umbrella - The
synesthesia music and cinema in
The days where like this*

079

**GERAÇÕES E COMPORTAMENTO
DE CONSUMO - O EFEITO DE
COORTE NA PREFERÊNCIA PELO
PRODUTO CULTURAL ÍDOLOS DA
TELEDRAMATURGIA BRASILEIRA**

*Generations and consumption behavior - the
cohort effect on the preference for idols as a
cultural product of Brazilian television drama*

099

BIBLIOGRAFIA

Bibliography

EDITORIAL

Editor - Chefe da Revista Naus, **Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos**

Email: cristiano.henrique@eco.ufrj.br

Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Antes de apresentar os aspectos de organização temática do 3º número da *Revista Naus* faz-se necessário compartilhar com nosso público leitor a satisfação envolvida na apresentação desta nova edição. Primeiramente, porque a despeito de seu pouco tempo de existência, a publicação vem crescendo de modo significativo em número de contribuições, assim como na qualidade dos artigos e contribuições. Deste modo, há também que celebrar o empreendimento da *Ponte Editora* em produzir inovações no layout e na diagramação da revista, de modo a torná-la, não apenas, consistente em termos de qualidade de produção intelectual, mas também visualmente agradável e com uma identidade estética que remeta fortemente à proposta de ser um veículo de enunciação de estudos culturais e comunicacionais.

Assim, convidamos a navegar pelas reflexões e pesquisas dos autores desta qualificada edição.

As imagens narram, expressam experiências e tecem o tempo. Fixas e em movimento; fotografia e audiovisual; experimento do olhar, ficção seriada ou expressões da moda e dos costumes, comportamento e consumo, a imagem é comunicacional, comunicativa e comunicante. Assim, a presente edição da *Revista Naus* se constitui por um conjunto de artigos que refletem olhares sobre as imagens, de múltiplas formas, em múltiplos suportes, inclusive o corpo. É importante destacar a força da teleficção seriada, em especial a telenovela brasileira, nesta edição.

Em “A influência do ‘quarteto mágico’ na telenovela brasileira: Análise do impacto de quatro autores na formação da narrativa ficcional televisiva”, Valmir Moratelli Cassaro regata a importância dos dramaturgos Janete Clair, Dias Gomes, Lauro César Muniz e Jorge Andrade. Reflexão pertinente ao momento em que novas ofertas de serviços para narrativas teleficcionais surgem no mercado global, é importante compreender como a telenovela brasileira se mantém enraizada na memória coletiva, sendo um produto de extrema relevância para exportação da

quinta maior emissora do mundo – a TV Globo. Também no contexto dos estudos de teleficação seriada, o artigo de Aurora Almeida de Miranda Leão “A esperança dança na corda bamba de sombrinha – a sinestesia música e audiovisual em os dias eram assim”, tem por foco o Brasil dos anos 1970-1980, mergulhado numa repressão violenta, com liberdade cerceada, instituições fechadas, exílio involuntário, perseguição a artistas, jornalistas, professores e estudantes, um período nefasto da vida brasileira. Trata-se de uma investigação sobre como a equipe de criação operou essa construção, que apresenta forte sinestesia entre a música e o audiovisual, enfatizando um instigante diálogo entre jornalismo, ficção, música e memória. Uma memória dos horrores da ditadura militar no Brasil. Por sua vez, “Gerações e comportamento de consumo – o efeito de coortes na preferência pelo produto cultural ídolos da teledramaturgia brasileira” de Mario Rubens Carneiro apresenta uma proposição metodológica sobre as relações geracionais e o consumo de telenovelas pelo público. Estudos a respeito dos efeitos de coortes sobre preferências por diversos produtos culturais levantaram evidências da existência de um período de maior sensibilidade na vida dos consumidores, no qual se desenvolvem gostos perenes levados por toda a vida. Estas conclusões oferecem a alternativa da segmentação por coortes geracionais e fornecem mais informações sobre as preferências e o comportamento dos consumidores.

Os costumes, a moda e o consumo delineiam modos de existência e transformações históricas, em especial na perspectiva dos estudos de gênero. No artigo intitulado “A moda sobre rodas: bicicletas, vestuários e comportamentos femininos”, Beatriz Beraldo e Olga Bon articulam história, comunicação e consumo com o propósito de apresentar uma análise e um relato biográfico da bicicleta, para além de um meio de locomoção. Deste modo, refletem sobre as transformações na moda, articuladas com o uso da bicicleta, promovendo importantes mudanças na participação mais efetiva das mulheres na vida pública. O texto de Maria Carolina El-Huak de Medeiros “Etiqueta e consumo: uma narrativa dos modos de ser em manuais de civilidade”, se propõe a refletir como a literatura de civilidade mediu esse processo, possibilitando o acesso às novas formas de enunciação, aos novos modos de ser, de agir e de se relacionar em prol da formação de cidadãos ditos modernos e civilizados.

Ao tratar do monóculo fotográfico, Ana Angelica da Costa Menezes, propõe uma reflexão a partir da experiência e do ato de olhar a imagem através de um dispositivo. Vislumbrar a imagem a partir da lente de uma pequena caixa. Este tema tratado em “Monóculo fotográfico: uma crônica sobre as relações e processos da imagem itinerante” desvenda um tipo de experiência visual popular entre os anos de 1970 e 1990. Semelhantes a uma luneta, os monóculos, têm em seu interior a fotografia em filme reversível, o *slide*. Essas fotografias em dispositivos de visualização eram comumente produzidas pelos fotógrafos de rua ou itinerantes. Uma perspectiva interessante de pensar a imagem fotográfica.

Com alegria, lhes entregamos a Revista NAUS.

Muito obrigado e boa leitura!

A MODA SOBRE RODAS: BICICLETAS, VESTUÁRIOS E COMPORTAMENTOS FEMININOS

***Fashion on wheels: bicycles, clothing and
women's behavior***

Beatriz Beraldo e Olga Bon

E-mail: biaberaldob@gmail.com | olga.bon.olga@gmail.com
Ambas lecionam na PUC-Rio.

Resumo

Esse artigo se constrói na articulação entre história, comunicação e consumo com o objetivo de apresentar uma análise e um relato biográfico da bicicleta. O ponto de partida dessa narrativa é a sua chegada aos EUA, dando ênfase às transformações que este bem de consumo trouxe para as mulheres no final do século XIX e início do século XX. No bojo dessas transformações, destacam-se aquelas que atingem o vestuário, já que a prática do ciclismo incentivou diversas adaptações nas vestes femininas e promoveu o uso das calças estilo *bloomers* – uma polêmica peça de roupa que, naquele contexto, significava a diminuição das diferenças entre os universos feminino e masculino. A consolidação dessas transformações na moda articuladas com o uso da bicicleta, promoveram importantes mudanças na participação mais efetiva das mulheres na vida pública.

Palavras-chave: Bicicleta; Bloomers; Moda; Mulheres; Consumo.

Abstract

This article is built on the articulation between history, communication and consumption with the objective of presenting an analysis and biography of the bicycle. The point of departure of this narrative is its arrival in the USA, emphasizing the transformations that this consumer good brought to women in the late nineteenth and early twentieth century. In this bundle of transformations, we can highlight those that affect the clothing, since the practice of cycling encouraged several adaptations in the women's clothing and promoted the use of the *bloomers* pants – a controversial piece of clothing that, in that context, meant the reduction of differences between the female and male universes. The consolidation of these transformations in fashion articulated with the use of the bicycle, promoted important changes toward a more effective participation of women in public life.

Keywords: Bicycle; Bloomers; Fashion; Women; Consumption.

Objetos e bens na história cultural

A produção de significado atribuída aos bens que circulam nas sociedades modernas constitui tema norteador das investigações realizadas na área da antropologia do consumo. Os autores reconhecidos como desbravadores desse campo de pesquisa são a antropóloga britânica Mary Douglas e o economista Baron Isherwood ([1979] 2004), que em seu livro intitulado *Mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*, defenderam a necessidade da ampliação de pesquisas voltadas para o entendimento de objetos e bens, observando sua história cultural no contexto social em que estão inseridos. A partir desse trabalho pioneiro, acadêmicos que antes privilegiavam a esfera da produção em suas análises, enxergaram a possibilidade de empreender novas metodologias de investigação diante da cultura material disponível no mundo moderno-contemporâneo.

Nesse sentido, foi possível observar o surgimento de verdadeiras biografias de objetos que buscavam, em linhas gerais, encontrar os traços de humanidade registrados nos bens de consumo. A biografia realizada pelo antropólogo e historiador Brian J. Mcveigh (2000) no Japão a respeito da simpática bonequinha *Hello Kitty*, por exemplo, revelou muitos dos valores japoneses a respeito da feminilidade. Outras biografias de bens de consumo mais recentes podem ser identificadas no livro *Blue Jeans: The Art of the Ordinary* (Miller & Woodward, 2012) e no estudo dedicado ao Sári indiano (Miller, 2013), uma peça única de tecido, sem nenhuma costura, que funciona como uma extensão do corpo feminino. Tais pesquisas se caracterizam não apenas por contar a história das mercadorias, mas principalmente, por revelarem o sistema social em que se inserem. Para Kopytoff, “(...) o que se vislumbra por meio das biografias tanto das pessoas quanto das coisas (...) é, acima de tudo, o sistema social e as formas coletivas de conhecimento nas quais esse sistema se baseia” (Kopytoff, 2010, p. 120).

É com o empenho de realizar, de maneira semelhante, uma reconstrução histórica de um bem de consumo, que esse artigo se debruça na chegada da bicicleta à América. Esse objeto trouxe significativas mudanças para a condição feminina nos EUA no final do século XIX e início do século XX. Em consonância à biografia da bicicleta americana, será realizada também a análise de outro bem de consumo complementar ao seu uso, que se popularizou em decorrência da necessidade da adaptação da cultura material disponível na época para o ingresso da prática do ciclismo no cotidiano feminino: nos referimos aos *bloomers*, a polêmica peça de vestuário que alterou o modo como as mulheres do período eram enxergadas no espaço público.

A biografia da bicicleta na América

Reconstruir a história de qualquer objeto que tenha causado grande impacto na cultura humana é uma tarefa árdua, pois é sabido que toda invenção de grande relevância carrega consigo uma espécie de mística fundadora na qual vários inventores de diversas nacionalidades reclamam para si a “descoberta da coisa”. Com a bicicleta não foi diferente. No entanto, apresentaremos os quatro “modelos clássicos” – por assim dizer – de antecessores da bicicleta moderna.

O primeiro modelo é um desenho, entre os tantos, rascunhados pelo grande artista e inventor Leonardo da Vinci, mas do qual não se tem notícia de que de fato tenha chegado a sair do papel (Schetino, 2007). Outro protótipo igualmente famoso recebeu, originalmente, o nome de *Laufmaschine*,¹ porém ficou mais conhecido como *Draisiana*. Inventado em 1817 pelo Barão de Drassler, na Alemanha, o modelo chegou a ser executado, mas difere bastante da bicicleta que conhecemos, porque se tratava de uma engenhoca cuja utilização era restrita às descidas, já que consistia em estruturas de madeira presas às duas rodas, com o eixo de direção fixo e sem pedais (Verdú, 2017). O terceiro modelo, desenvolvido em 1861 pelos irmãos Pierre e Ernest Michaux, é aquele que podemos considerar um parente mais próximo da bicicleta: ao inserir pedais no aro da roda dianteira e, acima dela, fixar um guidom, os criadores da *Veló Michaux* permitiram aos condutores algum controle sobre o veículo (Schetino, 2007).

É importante dizer que, até então, a máquina de duas rodas era chamada de “velocípede” e o nome “*bicyclette*” só seria dado a um novo modelo francês mais de uma década depois (Schetino, 2008). Durante os anos 1860 até meados de 1870 vários outros exemplares foram sendo desenvolvidos e aperfeiçoados, e são muitas as versões que concorrem simultaneamente na Europa.

1 Algo como “máquina de correr”, em alemão.

Passado pouco mais de uma década depois da invenção dos irmãos Michaux, a Exposição Universal² de 1876, realizada nos Estados Unidos da América, traz em seu catálogo de novidades, o quarto modelo que figura entre os precursores da bicicleta contemporânea. Tratava-se da versão inglesa chamada *high wheelers*, que ficou mais conhecida na Grã-Bretanha como *penny-farthings* em razão do seu formato: Uma roda bem maior na frente – que remetia ao *penny* (moeda britânica de 1\$) – onde ficavam fixados os pedais e, em cima, selim e o guidom; e uma pequena roda traseira que remetia ao *farthing* (moeda britânica que representava 0,25\$). O modelo era visualmente atraente, entretanto, difícil para subir e bastante perigoso de conduzir pois, devido à altura em que o condutor ficava em relação ao chão, a possibilidade de cair era temível (Strange & Brown, 2002).

Muitos americanos visitaram a Exposição Universal para conhecer as grandes invenções ali expostas, como o aclamado telefone de Alexander Graham Bell, o Ketchup Heinz (Macy, 2011) e, é claro, a bicicleta. Entre os visitantes, Albert Augustus Pope – aquele que se tornaria o primeiro fabricante americano de bicicletas – tem o primeiro contato com o veículo nesta ocasião. Porém, conta a história que mesmo fascinado com a nova forma de locomoção em duas rodas, Pope só decidiu investir no produto quando, na primavera seguinte, foi surpreendido durante um passeio a cavalo, ao ser ultrapassado por um sujeito que se locomovia em *high wheelers* (Macy, 2011).

Após o incidente, e de acordo com o que narra a pesquisadora Sue Macy (2011), Pope percebe o potencial deste bem de consumo e decide fabricar a versão americana do produto. O pioneiro encontra, no entanto, a barreira das patentes, já estabelecidas no mundo moderno ocidental e que impossibilitavam a transformação e adaptação do modelo britânico de bicicleta. Não encontrando outra saída, reúne suas economias e adquire as patentes, fundando assim a primeira marca de bicicletas dos Estados Unidos da América a *Columbia* em 1878 (Macy, 2011), que vendia exatamente o mesmo modelo que ele viu pela primeira vez na Exposição Universal. A partir de então, a bicicleta passa a produzir mudanças definitivas nos costumes, no vestuário e, principalmente, no que diz respeito à presença feminina no espaço público nos Estados Unidos da América.

A onda de transformações se deu, sobretudo, em razão da possibilidade de substituir o uso do cavalo como principal meio de transporte – tanto a montaria quanto o ato de puxar as charretes e carruagens – pelos novos modelos de bicicleta. Por ser um bem de consumo muito mais fácil de se guardar, e que não precisava de atenção, cuidados e alimentos que demandavam o animal, a bicicleta

2 Centennial Exhibition in Philadelphia, Massachusetts (1876).

ganhou apelidos curiosos que faziam alusão a esse paralelo, como é o caso da expressão “cavalo de ferro”, utilizada na França (Schetino, 2007), e “carruagem sem cavalo” como foi também chamada em solo americano (Strange & Brown, 2002).

A comparação com o modo equestre de locomoção se dá também, de maneira enfática, no estabelecimento de normas de uso para as mulheres. Isso significa dizer que a mesma interdição observada a respeito da montaria de cavalos se manifestava também no ciclismo: os primeiros “modelos femininos” de *high wheelers* foram desenvolvidos com os dois pedais afixados em um só lado da bicicleta. Desse modo, as mulheres não seriam obrigadas a realizar o escandaloso ato de sentar-se com as pernas ligeiramente afastadas – tal como não lhes era recomendado fazer ao cavalgar. Os motivos listados para tal interdição eram variados, partindo desde uma visão moralista que acreditava que a prática dessas atividades poderia causar alguma excitação sexual às mulheres, culminando nas alarmadas recomendações médicas que afirmavam com veemência que o uso da bicicleta poderia vir a causar infertilidade feminina (Fleming, 2015). Além disso, a adaptação no modo de sentar também facilitava a subida e descida, já que os vestidos muito longos inviabilizavam a montaria tradicional e, de maneira semelhante, também atrapalhavam as pedaladas (Macy, 2011). No entanto, podemos imaginar que pedalar sentada “de lado” era uma prática que dificultava bastante a vida da ciclista iniciante, já que o seu ponto de equilíbrio ficava muito mais instável. Observadas essas dificuldades, surge a necessidade do **desenvolvimento de modelos mais seguros de bicicletas para as mulheres**, além é claro da adaptação das peças de vestuário feminino para o uso confortável e seguro **durante a prática do ciclismo**.



Fotografia de 1874, que retrata a diferença das *high wheelers*. O modelo masculino, com os pedais cada um de um lado e o modelo feminino, com os dois pedais afixados em um só lado da bicicleta.

Fonte: www.sheilahanolon.com. Acesso em 26 de janeiro de 2019.

O modelo que melhor atendia ao público feminino tinha duas rodas de tamanho equivalente e veio a público com o nome de “*safety bicycle*” apregoando a característica que lhe dava vantagens em relação ao modelo anterior. Numa estratégia habilidosa de vendas, as fábricas iniciaram uma diferenciação entre a *safety bicycle* e a *lady's safety bicycle*, atribuindo nomes diferentes para os produtos como *Napoleon*, para o modelo masculino e *Josephine*, para o feminino (Garvey, 1995).

No bojo das transformações impulsionadas pela bicicleta feminina, entram em cena novos bens de consumo que passam a constituir a cultura material orientada para a prática do ciclismo pelas mulheres. Nesse sentido, podemos inferir que a bicicleta foi um objeto capaz de produzir um efeito em cadeia que fomentou a produção de todo um novo conjunto de bens, uma vez que a cultura material disponível na época ainda não tinha elementos que apresentavam “gramática comum” ao veículo. As mulheres eram especialmente afetadas por isso, já que as

suas peças de roupas não eram em nada coerentes com o uso da bicicleta. Neste contexto, desenvolvem-se as mudanças na moda que, podemos supor, eram aguardadas há muito tempo pelas mulheres, já que os seus incômodos espartilhos, suas saias longas e anáguas as mantinham em uma espécie de confinamento doméstico, inviabilizando sua vida pública.

A relação entre o vestuário feminino e a bicicleta nas últimas décadas do século XIX foi não somente interessante, como simbiótica, uma vez que um impulsionava o outro a partir das mudanças sociais, econômicas e culturais que aconteciam no período. É essa relação que iremos discutir nas próximas linhas, pensando em um entrelaçamento histórico de episódios que reúnem bicicleta e vestuário, para melhor entendermos o panorama em que o artigo é construído.

Vestindo a liberdade

Para a abordagem do vestuário feminino, precisamos retornar aos anos próximos a 1828, quando uma escocesa naturalizada norte-americana chamada Frances Wright, também conhecida como Fanny Wright, é lembrada por ser a primeira mulher a usar calças na história da sociedade ocidental moderna. Frances era autora, escritora, abolicionista, reformista social e feminista. Por ser muito ativa, ela não se conformava com a indumentária feminina da época, que confinava as mulheres em sufocantes espartilhos e agigantadas saias. Buscando não só mobilidade e conforto, como também equidade entre os gêneros, Fanny desenvolveu um estilo próprio ao criar um vestido mais curto, próximo ao joelho, usando calças masculinas por baixo.

Outras feministas adotaram o estilo, mas receberam muitas críticas devido à iconoclastia da peça, que basicamente reconfigurava o vestir do período. Dessa forma, a tentativa de Fanny Wright em construir novas possibilidades na indumentária feminina não foi bem-sucedida naquele momento, mas abriu caminho para um movimento de outras mulheres que buscavam maior flexibilidade, e entendiam que roupas mais práticas eram não só necessárias como possíveis. Pouco mais de duas décadas depois, durante 1850, Amelia Jenks Bloomer, importante sufragista norte-americana, foi a grande responsável pela divulgação do estilo inaugurado por Frances, com poucas diferenças e adaptações, como a calça usada por baixo das saias encurtadas. Amelia as utilizava de forma mais bufante e presas



Fotografia de Frances Wright e sua criação.

Fonte: <http://historic-memphis.com>. Acesso em 26 de janeiro de 2019.

ao calcanhar, como uma espécie de ceroula, divulgando o estilo não só por onde passava, mas também ao registrá-lo por escrito no jornal em que era editora, *The Lily*,³ e por isso este tipo de vestimenta ficou conhecida como *bloomers*, em homenagem a sua maior entusiasta.

Mais uma vez, tanto a roupa quanto quem a usava foram alvos de zombaria e sátiras, inclusive por parte dos cartunistas da época: A edição da revista britânica *Punch*, de 1851, publicou um quadrinho com várias mulheres vestindo *bloomers* em situações exclusivamente masculinas na época – como fumar em público – comparando o uso de *bloomers* a uma afronta à sensibilidade da mulher distinta (Stevenson, 2012, p.37). Acreditava-se que se as mulheres usassem calças, logo iriam vislumbrar outras questões que eram de histórico domínio masculino (Macy, 2011, p.46).

O clima hostil direcionado às mulheres que vestiam *bloomers* era tamanho que o jornal *Wood River Times*, da cidade de Hailey, em Idaho, publicou um texto em 19 de agosto de 1887 intitulado *The clothes that kill*, que defendia o uso da polêmica peça. Porém, em dado momento, narra um acontecimento protagonizado pela autora do texto, Lucy Stone, e a famosa sufragista americana, Susan B. Anthony, demonstrando a dificuldade enfrentada por aquelas que ousavam usar roupas mais confortáveis. Lucy conta que ela e Susan estavam indo aos correios em Nova York vestindo *bloomers*, quando foram cercadas por um grupo de pessoas que começaram a intimidá-las. Segundo a autora, elas só conseguiram escapar graças a um transporte enviado por um/uma amigo/amiga⁴ que viu a delicada situação na qual elas se encontravam.

Mesmo diante da difícil aceitação de calças para as mulheres, muitas delas continuavam usando a peça, como a própria Amelia, que viajou durante anos dando palestras em diversos países, promovendo a igualdade de gênero e o uso dos *bloomers*, na esperança de que mulheres interessadas no sufrágio adotassem a vestimenta (Stevenson, 2012). Tal como Frances Wright, Amelia Bloomer não foi bem-sucedida naquele momento, mas promoveu a ideia de uma transformação executável.

Em 1881, enquanto alguns grupos de mulheres norte-americanas continuavam reivindicando vestimentas mais confortáveis e práticas, na Inglaterra foi formado o *Rational Dress Society*, que promovia discussões a respeito de reformas na

3 *The Lily* foi editado de 1849 a 1853. Com o periódico, Amelia Bloomer se tornou a primeira mulher a editar um jornal norte-americano. Fonte: <https://thelily.com>. Acesso em 26 de janeiro de 2018.

4 No original: “(...) a friend (...)”.

indumentária feminina, como a diminuição do peso das saias, que podiam chegar a 10 quilos na época. O grupo era liderado por Lady Harberton, que introduziu a ideia de uma saia dividida em duas partes, uma para cada perna (Macy, 2011), revisitando o estilo anterior popularizado por Amelia. Esse modelo continuou a ser chamado de *bloomer* e com a popularização das bicicletas, nos anos 1890, receberam, finalmente, a devida atenção.

O uso dos *bloomers* como roupa para o ciclismo, embora bastante controverso, era uma demanda razoável, diante dos riscos que a mistura entre pedaladas e tecidos provocava. Não raro, jornais noticiavam trágicos acidentes envolvendo saias e bicicletas. Além disso, à parte o desejo de pedalar, existia também a demanda médica para a prática de caminhadas ao ar livre – que era igualmente inviabilizada pelo peso excessivo das roupas femininas: “(...) nenhum exercício de ar fresco pode salvar as mulheres dos efeitos maléficos de seu atual estilo de vestimenta. São as roupas delas que as matam”⁵ (Wood River Times, p. 1, 19 ago, 1887) – garantia Lucy Stone no já citado artigo *The clothes that kill*.

É interessante observar que os *bloomers*, nessa nova versão, ganharam bastante força, tanto de consumo quanto social, pois seu uso foi resignificado pelas mulheres enquanto pedalavam suas bicicletas, na medida em que elas ganhavam maior liberdade de movimentos corporais e de circulação nas vias urbanas. A associação entre essa peça de roupa, as bicicletas e a figura feminina se tornou praticamente simultânea e amalgamada.



Fotografia “the start”, 1897.
American stereoscopic
company.

Fonte: Library of Congress.

⁵ Essa e todas as demais traduções presentes no artigo são das autoras.
Original: “(...) no amount of fresh air exercise can save women from the evil effects of their present style of dress. It is their clothes that kill them”.

Em razão da maior mobilidade trazida pelos *bloomers*, as mulheres foram as grandes responsáveis pela popularização desse meio de transporte individual, da mesma forma que a bicicleta trouxe novas formas de sociabilidade e independência feminina, ajudando na afirmação de conquistas do espaço público, cada vez mais fortes. Alguns acontecimentos históricos ajudaram na afirmação dessa “parceria”, como o caso da jovem imigrante nascida na Letônia e radicada nos Estados Unidos Annie Cohen Kopchovsky, conhecida como Annie Londonderry. Ela foi a primeira mulher a dar a volta ao mundo sobre uma bicicleta durante 1894 e 1895. Ela partiu para sua aventura usando espartilhos e saias longas e pesadas, como eram as vestimentas femininas tradicionais do período. Quando chegou a Chicago, meses depois de sua partida, bastante exausta e mais magra, Annie trocou de roupa e passou a usar *bloomers* durante todo o restante da viagem, completando-a com sucesso e entrando para a história.⁶

Outra mulher que virou símbolo do ciclismo feminino na mesma época foi Kittie Knox, uma jovem que enfrentou ambientes hostis tanto por ser mulher, quanto por ser negra. Na década de 1890, em Boston, Knox passou a integrar a Liga dos Ciclistas Americanos e muito ajudou no debate público sobre raça e gênero no mundo do ciclismo dos EUA. Nas fotografias em que Kittie Knox aparece ao lado de sua bicicleta, é possível vê-la usando os *bloomers*.

A autora americana Maria Ward⁷ publicou um livro em 1896 chamado *Bicycling for Ladies*, que era basicamente um manual de utilização da bicicleta para mulheres, incluindo detalhes sobre manutenção e mecânica. Os *bloomers* ganham novamente destaque ao serem identificados com o objeto bicicleta, ilustrando a capa do referido livro. Na obra, Ward dedica um capítulo inteiro para as vestimentas, os materiais mais apropriados para fabricá-las e as formas corretas de usá-las. Salienta a importância de uma roupa confortável, leve e que permita movimentos mais livres. A autora coloca como item essencial para a prática do ciclismo feminino a *knickerbocker*,⁸ que nada mais era do que o nome “oficial” dos *bloomers*. O texto destaca o não-uso de saias ou de saias com

6 Informações retiradas do website <http://www.annielondonderry.com>. Acesso em: 24 de janeiro de 2018.

7 As informações sobre Kittie Knox e Maria Ward foram retiradas do website <https://bikeleague.org>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2018.

8 Em livre tradução, seria algo como “calças curtas”.

tamanhos escolhidos individualmente pela mulher, a seu próprio gosto e desejo. “A combinação de calças curtas, camisa-cintura e meias formam o essencial da vestimenta para pedalar.”⁹ (Ward, 1896, p.94).



Capa do livro
*Bicycling for
ladies*, de
Maria Ward.

Fonte: www.sheilahanlon.com. Acesso em 26 de janeiro de 2019.

9 Original: “The combination of knickerbockers, shirt-waist and stockings forms the essential part of cycling costume”. “Camisa-cintura” (shirt-waist) foi uma importante peça do vestuário feminino do período, utilizado por mulheres que buscavam maior mobilidade e independência. Consistia em uma camisa fechada, inteiriça, que cobria os braços e, na maioria das vezes, tinha uma gola mais elevada. Mesmo marcando a cintura, a peça era mais larga nos braços, o que dava maior movimento às mulheres que a usavam.

A busca pela liberdade tanto dos costumes quanto das vestes fez com que os *blommers* se tornassem parte essencial da relação entre mulheres e bicicleta, para que a vontade de ganhar as ruas em um meio de transporte independente e ágil pudesse ser colocada em prática. Neste sentido, os *bloomers* adquiriram status de um código social, inserido em uma linguagem compartilhada pelas mulheres que ousavam dar pedaladas e enfrentar as rigorosas regras de vestuário as quais eram submetidas.

O decorrer do século XIX é marcado pela forte presença dos grupos de mulheres que buscavam se livrar de uma indumentária sufocante, no sentido figurativo e literal. Saias tão grandes que muitas vezes não cabiam em cômodos, não passavam por portas e não permitiam às mulheres o simples ato de sentar por muito tempo. Espartilhos tão apertados que respirar tornava-se difícil, o que dizer realizar tarefas que exigiam mais flexibilidade. A figura feminina encontrava-se confinada em suas próprias vestes e na solidão de seu lar ou de sua Igreja. No final do século XIX, as mulheres ganham as ruas e o espaço público. Vestimentas apropriadas para usufruir dessa embrionária liberdade foram necessárias, e o uso de bicicletas passou a ter um valor social muito forte, explicando a popularização dos *bloomers* entre as mulheres.

Por mais inofensivo que pudesse parecer, esse item do vestuário causou grandes problemas, esbarrando em questões morais da época. Sua popularização se deu em grandes centros urbanos, como Nova York, e mesmo assim as mulheres que usavam enfrentavam críticas. Em cidades menores, sua condenação era feroz, causando proibições e até casos de polícia. De qualquer forma, a introdução de uma vestimenta mais viável, leve e prática para atividades que exigiam esforços físicos foi notável, causando, principalmente, uma mudança na forma como as mulheres passaram a se enxergar: mais dinâmicas, ágeis, públicas.

Graças ao ciclismo, em grande parte, as inovações nas reformas do vestuário começaram a surtir efeito no final dos anos 1890. Espartilhos começavam a cair em desuso, vestidos foram se tornando mais curtos, e as mulheres não mais usavam camadas de saias e anáguas pesadas e volumosas, que as deixavam com formas arredondadas e não-naturais. Essas mudanças passaram por um longo caminho para liberar as mulheres e fazê-las mais saudáveis e mais ativas nos séculos seguintes.¹⁰ (Macy, 2011, p.55).

10 Original: "Thanks in large part to cycling, the innovations of rational dress reformers were starting to take effect by the end of the 1890s. Corsets were on their way out, dresses were getting shorter, and women no longer wore the heavy, bulky undergarments that gave them round, unnatural shapes. These changes went a long way toward unburdening women and setting the stage for them to be healthier and more active in the coming century".

Uma observação relevante se faz necessária nesse ponto. Estes movimentos e transformações no vestuário e na atitude feminina relatados até aqui só foram possíveis graças a mudança de mentalidade das sociedades ocidentais modernas, fazendo surgir o sistema da moda como o conhecemos hoje, um mercado. Esta virada na forma como a sociedade passou a se relacionar com as roupas e seus itens de ornamentação se deu a partir de várias mudanças graduais ao longo dos séculos, desencadeando transformações importantes na forma do ser humano se relacionar com o mundo e com ele mesmo, atreladas à modernidade. A moda passou a se constituir em um imaginário partindo de uma ideia que tange a concepção de gostos, desejos individuais e valorização da subjetividade e personalidade.

Segundo alguns estudos, como o de Georg Simmel, o conceito de moda apareceu no final da Idade Média, mas foi na Idade Moderna, com o desenvolvimento das cidades, que ele se transformou de forma mais intensa. A aproximação das pessoas umas com as outras nos perímetros urbanos levava a interesses de imitação e distinção, contribuindo para acelerar o motor da moda (Simmel, 1988). Este movimento, alavancado pelo desenvolvimento da imprensa e da tipografia a partir da lógica de produção industrial, fez proliferar, no século XIX, inúmeros jornais e revistas que se ocuparam em documentar, explicar e pensar a moda.

Este contexto nos mostra que a moda ganha um novo *status quo* a partir da Idade Moderna e do desenvolvimento da imprensa, quando a possibilidade de escolha e a manifestação de desejos e subjetividades do indivíduo racional, nascido na modernidade, ganha vida. O século XIX foi, portanto, o século da explosão da moda ou o século da moda por excelência (Rainho, 2002, p.14). É neste período que a moda atinge um número expressivo de pessoas, atrelada ao sistema de consumo. O ato de vestir se torna mercadoria comentada, divulgada e propagada a partir da construção do gosto e do desejo de cada um. Neste mesmo período, o surgimento das grandes magazines também começa a preencher uma nova lacuna que surge a partir desse contexto: o consumo em massa. As grandes magazines norte-americanas do período, como a Macy's, de 1851, e a Bloomingdale's, de 1872, estavam cheias de mulheres que circulavam nos espaços públicos a procura não só de consumir, mas também de se libertarem do confinamento doméstico. As lojas de departamento apresentavam uma grande variedade de produtos e interessantes estratégias de venda, até então inéditas, sendo muito importantes para a consolidação do consumo na modernidade (Rocha, Frid & Corbo, 2016).

Bicicletas, bloomers e práticas de consumo

Com a emergência do consumo de massa, quase toda cultura material disponível na modernidade ocidental adere a esse sistema, cujas engrenagens funcionam com novidades sazonais, preços convidativos se, fundamentalmente, anúncios publicitários sedutores. Com as bicicletas e os *bloomers* não foi diferente: a peça de vestuário ganhou espaço no sistema de consumo, principalmente em razão de sua estreita ligação com a bicicleta.

Um acontecimento que ilustra a afirmativa acima foi a estratégia utilizada por Albert Augustus Pope, dono da primeira marca de bicicletas americanas, a *Columbia*, citado no início desse artigo. Ao longo da década de 1890, Pope investiu em novos modelos de bicicleta e logo percebeu que as mulheres representavam um público consumidor muito importante para o seu produto. Por isso, passou a inserir mulheres vestindo a roupa adequada para o ciclismo – os *bloomers* – em seus anúncios publicitários a partir de 1894. No ano seguinte, lançou uma série de seis *paper-dolls*,¹¹ cujas peças da brincadeira incluíam bicicletas e *bloomers*, tais como os desenhados por líderes da reforma do vestuário (MACY, 2011).



Paperdoll modelando seus *bloomers* ao lado de sua bicicleta *Columbia*. No verso, um pequeno texto explica os benefícios da vestimenta para o ciclismo.¹²

Fonte: <http://museumblog.winterthur.org/2017/03/02/paper-dolls-and-the-cycling-craze>. Acesso em 26 de janeiro de 2019.

-
- 11 Um brinquedo feito para meninas que consiste em uma personagem feminina recortada em cartolina (ou outro papel mais rígido) que acompanha algumas roupas, também feitas de papel, que podem ser colocadas e trocadas conforme o gosto da criança.
- 12 Tradução das autoras: Roupa de Bicicleta projetada e usada por Miss Georgia Cayvan. Esta roupa consiste em um par de calças com uma jaqueta com mangas cheias, vestidas com uma blusa de mangas que soltas ou não, ou uma suéter elegante ou um corpete apertado em jersey com ou sem mangas. Ao redor da cintura há um cinto de camurça desenhado através de uma fivela. As calças são feitas sem forro e em sarja clara para o verão, sendo adicionado um revestimento quente para enfrentar o inverno. Leggings de tecido jersey, quando desejado, podem ser usadas a partir do sapato até os joelhos, o tecido Jersey, sendo elástico, proporciona o jogo completo aos tornozelos. Um chapéu de marinheiro, com pano ao lado e asas de mercúrio, completa a vestimenta.

O pesquisador e publicitário brasileiro, João Carrascoza (2005) nos ensina que a finalidade de qualquer discurso publicitário, por mais encantador que o seja, é a adesão de um grande público ao consumo e, nesse sentido, é possível afirmar que Pope executou muito bem a sua estratégia de comunicação. Ao representar de forma objetiva as mulheres usando *bloomers* em seus anúncios, e reproduzir a mesma situação de forma lúdica em um brinquedo de papel, o empresário americano buscava não apenas a identificação das mulheres que já haviam aderido à prática do ciclismo, mas também conseguia atingir o público infantil, preparando uma nova geração de consumidoras para sua mercadoria. A comunicação publicitária nesse contexto, portanto, auxilia e consolida a relação profícua entre *bloomers* e bicicleta:

Algumas das mais valiosas sugestões de roupas para mulheres ciclistas que apareceram nessa temporada surgiram nas publicações da Pope Manufacturing Company (...). Elas possuem a forma de paper-doll... são puramente práticas e são uma ajuda valiosa para a mulher ciclista na determinação de seu estilo para o hábito de pedalar¹³ (artigo da New York Times *apud* Macy, 2011, p.53).

Até o final do século XIX, os *bloomers* puderam ser vistos tanto nos anúncios quanto nas lojas, fomentando não apenas a prática do ciclismo: Segundo Macy (2011), imagens de mulheres em *bloomers* se tornaram bastante populares, inclusive de formas surpreendentes, como em canções que prestavam homenagens a elas. Na cena do consumo, fabricantes de cigarros passaram a usar com frequência a imagem de mulheres ciclistas nas caixas de seus produtos, vestidas não só com os *bloomers*, mas também com chapéus e cabelos tipicamente masculinos, que associados ao fato de estarem fumando, revelavam mais uma ousadia, já que o hábito do tabagismo era primordialmente relacionado aos homens (Macy, 2011). Assim, conforme apontado anteriormente, reforça-se a ideia de que o consumo da dupla de bens recém-chegados à América – os *bloomers* e as bicicletas – constituiu um código latente de transgressão para os costumes da época. A entrada da indústria do cigarro nesse contexto, apenas reforça o caráter subversivo dessas práticas de consumo.

13 Original: "Some of the most valuable suggestions for costumes for lady cyclists that have appeared this season have emanated from the publishing department of the Pope Manufacturing Company (...). They are made in paper-doll form...they are purely practical, and are a valuable aid to the lady cyclist in determining the style of her riding habit".

Com o passar do tempo, todo esse “atrevimento” fez com que as sátiras e zombarias dirigidas a essas mulheres se avolumassem, já que o uso de *bloomers* era comumente associado a uma espécie de “masculinização” da figura feminina. O clima de hostilidade e medo fez com que mesmo as mulheres mais audaciosas evitassem o uso da vestimenta em lugares públicos. Além dos casos já citados de rejeição ao uso dos *bloomers*, artigos de jornais e revistas de moda desencorajavam o seu uso, identificando-os como algo visualmente ruim. “As mulheres estão muito ansiosas em relação a sua aparência para estarem dispostas a usar algo que seus próprios olhos dizem que é feio”,¹⁴ argumentava um artigo da revista Harper's Bazaar publicado em 1896 (MACY, 2011, p.54).

Desse modo, a utilização dos *bloomers*, incentivada pela indústria da bicicleta e, posteriormente, do cigarro, conseguiu introduzir uma mentalidade mais questionadora entre as mulheres, que buscavam meios para se livrar do enclausuramento de outrora. Contudo, é também verdade que a vestimenta causou muita polêmica e por isso, sua utilização no espaço público não teve vida longa. O receio dos olhares hostis fez com que as mulheres passassem a usar *bloomers* preferencialmente em atividades *indoor*, o que os converteu em roupa ideal para as atividades físicas dentro de universidades femininas no início do século XX.

A relação da bicicleta com as inovações no vestuário feminino foi tão próxima quanto bem-sucedida, trazendo consigo não apenas novas possibilidades em tecidos e formas, mas também, e principalmente, modificando a própria maneira das mulheres se enxergarem na sociedade. No início do século XX, outras transformações impulsionadas pelo ciclismo e pelos *bloomers* também puderam ser vistas, tais como a queda vertiginosa do uso de espartilhos e o encurtamento das saias – que agora também tinham modelos mais leves, com menos camadas de tecidos e anáguas, permitindo maior liberdade. É possível afirmar, portanto, que tais práticas de consumo inauguradas no século XIX, promoveram mudanças definitivas no vestir feminino, que se desenvolveram cada vez mais no século seguinte. Apenas duas décadas depois, Coco Chanel (1883-1971) cria a icônica “mulher dos anos 1920”, ao criar e usar a primeira calça produzida intencionalmente para a mulher. Coincidência ou não, fato é que as pioneiras do final do século XIX que se arriscavam usando seus *bloomers*, reconfigurando um vestuário historicamente aprisionador, abriram caminhos e mentes que seriam mais explorados ao longo dos anos seguintes.

14 Original: “Women are too anxious about their personal appearance to be willing to wear what their own eyes tell them is ugly”.

A INFLUÊNCIA DO “QUARTETO MÁGICO” NA TELENOVELA BRASILEIRA: ANÁLISE DO IMPACTO DE QUATRO AUTORES NA FORMAÇÃO DA NARRATIVA FICCIONAL TELEVISIVA

*The influence of the “Magic Quartet” on Brazilian
Soap Opera: Analysis of the impact of four authors in
formation of fictional television narrative*

Valmir Moratelli Cassaro

E-mail: vmoratelli@gmail.com

PUC-Rio.

Resumo

O presente artigo analisa a trajetória dos autores Dias Gomes, Janete Clair, Lauro César Muniz e Jorge Andrade ao chegarem à TV Globo e de que forma promovem uma hibridização de matrizes culturais que se tornaria a identidade da telenovela da emissora brasileira. Com obras memoráveis e revisitadas ainda hoje por outros autores, este “quarteto” deu arcabouço a uma construção de brasilidade pertinente a um rígido sistema político. No momento que novas ofertas de serviços para narrativas teleficcionais surgem no mercado global, é importante compreender como a telenovela brasileira se mantém enraizada na memória coletiva, sendo um produto de extrema relevância para exportação da quinta maior emissora do mundo. A proposta é contribuir com um olhar histórico para os Estudos Culturais, tendo como base uma análise crítica da modernidade.

Palavras-chave: Telenovela; Televisão; Narrativa ficcional.

Abstract

This article analyzes the trajectory of Dias Gomes, Janete Clair, Lauro César Muniz and Jorge Andrade upon arriving at TV Globo and how they promote a hybridization of cultural matrices that would become the identity of the soap opera of the brazilian broadcaster. With memorable works and revisited even today by other authors, this “quartet” gave a framework to a brazilian construction pertinent to a rigid political system. As new service offerings for teleficational narratives appear in the global market, it is important to understand how the brazilian soap opera remains rooted in the collective memory, being a product of extreme relevance for the export of the fifth largest broadcaster in the world. The proposal is to contribute with a historical look to Cultural Studies, based on a critical analysis of modernity.

Keywords: Soap Opera; Television; Fictional narrative.

Introdução

O fortalecimento da TV Globo como império de comunicação e sua consequente expansão estão intimamente relacionados com o período da ditadura militar [1964-1985], fase em que passou a imperar uma nova vertente de modernidade¹ no Brasil. A televisão foi essencial para esta conjectura promovida pelos militares, aonde os símbolos de prosperidade, união da federação e propaganda de uma suposta força nacional ditaram as regras.

A telenovela viria a ocupar função de amálgama das diferentes regiões do país, tão caro ao projeto militar. Entre outros discursos adotados a partir desse período:

(...) podemos afirmar o da telenovela como sendo aquele dotado do dom da ubiquidade posto ter presença em todos ao mesmo tempo, em razão da generalidade que assume ao atravessar territórios, ignorar fronteiras, penetrar em guetos e superar as diferenças sociais, econômicas e culturais. (MOTTER, 2011, p. 78)

Em 1975, a TV Globo, símbolo empresarial inserido no chamado avanço tecnológico, se consolidou com uma vinheta de “vênus platinada”, junto à implantação definitiva do padrão Globo de qualidade, resumida no slogan “O que é bom está na Globo” já a partir de 1969. Tecnologia de ponta e investimento em equipe técnica permitiriam essa sua hegemonia. A telenovela, inserida no contexto da sociedade do espetáculo (DEBORD, [1931-1994] 1997), se destacou como um produto acessível e como um espaço ideal para ações de propaganda, atraindo expressivo percentual das verbas publicitárias na receita da emissora, agora com uma grade de programação organizada.

Entre vários personagens importantes na origem do que viria a ser o império televisivo das novelas da TV Globo, há quatro autores que se destacam como de profunda necessidade para levar adiante a grandeza que se tornaria o produto telenovela no Brasil: Janete Clair, Dias Gomes, Lauro César Muniz e Jorge Andrade. Tendo o diretor geral da Rede Globo, Walter Clark [1936-1997] e o diretor de operações Boni [1935-] à frente dessas contratações, a emissora buscou em diferentes setores culturais pessoas que contribuíssem com sua iniciante indústria. Cada um a seu modo, em diferentes anos, deixaria sua marca na história da telenovela ao criar obras memoráveis.

1 Outras vertentes dessa “modernidade” já foram engendradas anteriormente, tais como o Bota-Abaixo do prefeito Pereira Passos no Rio de Janeiro a partir de 1903; a Semana de Arte em São Paulo, em 1922; a industrialização promovida pelo governo de JK a partir de 1956 etc.

Classificamos aqui de “Quarteto Mágico”, visto que estes nomes inovaram ao deslocar o eixo de produção criativo: da cópia de modelos externos para aprofundar um até então inédito pensamento de brasilidade no audiovisual televisivo.

Chegada à TV Globo	Autor (a)	Principais referências
1967	Janete Clair	Rádio
1969	Dias Gomes	Rádio e teatro
1972	Lauro César Muniz	Teatro e cinema
1973	Jorge Andrade	Teatro

O objetivo do presente artigo é traçar um breve panorama de como este “quarteto” levou para a TV brasileira, no final dos anos 1960 e começo dos anos 1970, suas experiências pessoais promovendo tipo de hibridação que, composto por um conjunto de sistemas culturais concorrentes entre si, circunscrito a processos socioculturais combinados, produzem novas estruturas, objetos, representações e práticas (CANCLINI, 2006). Optou-se em deixar de fora o nome de Ivani Ribeiro, o que nos daria a nomenclatura de “quinteto”, pelo simples fato de que a autora só estreou na TV Globo na década seguinte, em novembro de 1982, com a novela *Final feliz*. Na emissora, ela assinou remakes e adaptações a partir de seus principais sucessos na TV Tupi e na Excelsior, posteriormente contribuindo para a já consolidada qualidade das produções.

Para entendermos a atual televisão brasileira, se faz necessário passar por estes quatro nomes do quadro anterior, que ainda reverberam a produção nacional décadas depois. Como mediadores culturais, com diferentes trajetórias artístico-intelectuais, acentua-se que, em comum, aproximaram os campos sociais, político, artístico e popular.

Ao observar o criador artístico-intelectual como parte do sistema social, Bourdieu ([1930-2002] 1968) insiste que o estudo da criação não deve abordar somente a relação do criador com sua obra, mas considera a criação como ato de comunicação (como um sistema intrínseco à produção, circulação e recepção da obra). Apoiado nisso, a seguir tem-se os pontos – chave da carreira desses precursores da telenovela moderna que, a partir de suas obras, construíram o imaginário do que é ser brasileiro em um discurso de unidade nacional do qual a emissora-líder se apropriou como porta-voz.

Após esta exposição, debruçar-nos-emos em torno das influências que chegam à contemporaneidade a respeito desse “quarteto”, o que o torna ainda hoje, moderno e tão necessário à discussão nos estudos culturais. Perceberemos, dessa

forma, que, em comum os autores estabelecem em suas ficções um sistema enraizado na tríade política, comércio e sociedade.

Janete Clair

1925 – 1983

Jenete Stocco Emmer fez história na televisão ao escrever tramas como *Irmãos coragem* (1970), *Selva de pedra* (1972) e *Pai herói* (1979). Uma das principais contribuições atribuída a ela está no seu legado em formar uma nova geração de roteiristas, que seguiriam sua fórmula de prender a atenção do público: uma boa história precisa de bons personagens.

Por seu poder inventivo e pela capacidade de criar tipos e situações cativantes, Janete Clair – foi registrada como “Jenete” por erro do cartório – forneceu a base para todas as inovações e desdobramentos do gênero (mesmo para as minisséries que rompem os cânones rígidos da telenovela). Autores como Benedito Ruy Barbosa, Gilberto Braga, Cassiano Gabus Mendes, Manoel Carlos, Silvio Abreu, mesmo sem mergulharem na torrente emotivo-romântica de Janete, são por ela influenciados (SODRÉ, 1985, p. 69).

Ao estabelecer fortes características folhetinescas dos primeiros tempos das radionovelas, ela uniu elementos antigos com novos, reforçando, com o apoio do diretor Daniel Filho [1937-], a nacionalização do gênero, que antes seguia os padrões de Cuba e Estados Unidos. Ficaria conhecida por “Maga das oito” e, segundo o poeta Carlos Drummond de Andrade (MAIOR, 2006, p. 161), “a usineira dos sonhos”, por provocar a fantasia em seu público.

Suas primeiras oportunidades surgiram no rádio ao interpretar canções francesas e árabes na Rádio PRB-5. Em 1943, fez teste como locutora na Rádio Tupi-Difusora. Nos corredores da rádio conheceu, em 1945, o então radio-ator Alfredo Dias Gomes. Cinco anos depois, estavam casados e morando no Rio de Janeiro. Até 1967, ela escreveria mais de 30 radionovelas, a maioria para a Rádio Nacional, onde estreou em 1956, com *Perdão, meu filho*. Nesse período, por sugestão do radialista Octavio Gabus Mendes, passou a assinar Janete Clair, em alusão à música *Claire de lune*.

Após um período tendo sinopses recusadas, chegaria sua vez na TV. Em 1967, Janete foi chamada às pressas pelo diretor de operações da Globo, o Boni [1935-], para salvar a novela *Anastácia, a mulher sem destino*, estrelada por Leila Diniz [1945-1972]. Com audiência baixa, produção cara e excesso de personagens, a trama, adaptação do folhetim *A Toutinegra do moinho*, do escritor francês Emile Richebourg [1833-1898], estava perdida. Janete escreveu, então, um capítulo no qual um terremoto devastava a ilha onde se passava a história, eliminando mais de 100 personagens. Em seguida, deu um salto de 20 anos e recomeçou com poucos atores. A produção reduziu gastos, ampliou audiência, e a autora garantiu seu lugar na emissora.

Boni declarou em entrevista a *O Globo* em 2011, como a chegada de Janete provocou uma nova visão da telenovela, o que promoveria herdeiros de sua escrita:

Janete tinha feito muitas radionovelas, conhecia a linguagem. Ela era primorosa na carpintaria, nos diálogos, possuía a técnica, a excelência, fez escola. Como ela, houve outros dois grandes: Ivani Ribeiro e Dias Gomes. Depois, Gilberto Braga e Aguinaldo Silva... Outra geração. Janete era uma pessoa sensível, com uma vida difícil, conhecia a alma do povo como ninguém. Tinha uma compreensão do gosto popular como nunca vi.

Após escrever três novelas entre 1967 e 1969 (*Sangue e areia*, *Passo do ventos e Rosa rebelde*), marcadas pelo estilo folhetinesco que a autora cubana Glória Magadan [1920-2001], ainda responsável pelo departamento de dramaturgia, imprimia às histórias, Janete começaria a mostrar seu estilo. Com a saída de Magadan, em 1969, surgiram histórias naturalistas, ágeis, com enfoque na realidade brasileira. No prefácio de *Nossa Senhora das Oito – Janete Clair e a Evolução da Telenovela no Brasil* (2003), Boni [1935-] diz que:

(...) foi Janete que provou ser possível a convivência do bom texto com o apelo popular. Foi contando com a Janete que eu (Boni) e o Daniel Filho nos livramos de Glória Magadan. Foi Janete, que posava fundo no acelerador da fantasia, a pioneira em estabelecer o contato entre a ficção e a realidade.

A ascensão de Janete Clair na Globo coincide com a solidificação da telenovela no Brasil e com o monopólio da emissora no mercado brasileiro. Como conta Ferreira (2003) na biografia da autora, Janete consolidou seu estilo de escrever a partir de 1969, com *Véu de noiva*. Ela foi beneficiada com o sucesso de *Beto Rockfeller* na TV Tupi (1968), em que o autor Bráulio Pedroso [1931-1990] propôs diálogos coloquiais e trama ambientada no Brasil, em vez de países como México e Marrocos,

a exemplo do que impunha Madagan. “No estilo de Janete, altas doses de romantismo são temperadas com ação, emoção, suspense e eventuais críticas sociais” (FERREIRA, 2003, p. 13).

Sua consagração viria em 1970, com *Irmãos coragem*. Personagens marcantes e mistura da linguagem cinematográfica do western americano com elementos clássicos do folhetim fizeram a novela conquistar índices de audiência maiores do que a Copa do Mundo do México. É notório perceber que Janete Clair foi adaptando as novelas, atenta a transformações sociais, observando a classe média, acompanhando o gosto popular, dando vida aos conflitos cotidianos das grandes cidades brasileiras.

Como nos romances folhetinescos, a coerência podia ser sacrificada em favor da ação (...). A partir da experiência de Janete Clair, o drama televisivo vem conhecendo um desenvolvimento considerável em termos de criatividade e técnica, tornando-se altamente competitivo no mercado e sendo exportado para vários países da América e da Europa (CAVALCANTE, 2005, p. 73)

Selva de Pedra (1972) trouxe a conturbada história de amor de Cristiano Vilhena (Francisco Cuoco) e Simone Marques (Regina Duarte), resultando na maior audiência da história da TV brasileira. Também seria pelas mãos de Janete que o país veria o primeiro programa da TV brasileira gravado e exibido em cores, o episódio de *Meu primeiro baile*⁴², no programa *Caso especial*.

A novela seguinte teve de ser escrita às pressas para substituir outra, censurada a poucos dias da gravação. *O semideus* (1973) trouxe Tarcísio Meira em dois papéis: um industrial excêntrico dado como morto após acidente e um sócia que roubava seu império. Em 1974, foi ao ar *Fogo sobre terra*, onde se discutia o conflito entre a modernidade e a tradição: uma construtora quer inundar uma cidade do interior para construir uma represa, mas os habitantes lutam para preservar o lugar. Os militares criaram problemas durante a novela, o que obrigou Janete a demonstrar capacidade de criatividade para reescrever capítulos inteiros.

Viria então a novela que é considerada um de seus melhores trabalhos. *Pecado capital* (1975) trouxe às telas realismo social ao discutir valores humanos a partir do dilema do taxista Carlão (Francisco Cuoco) que, sem querer, ficava com uma mala de dinheiro de um assalto. Janete, a novelista mais representativa da televisão brasileira, partia para um novo rumo em sua obra televisiva (ALENCAR, 2006): vinha numa linha evolutiva e da escola romântica, chegava ao realismo (sem esquecer da base folhetinesca).

Depois de *Duas vidas* (1976), que discutiu o impacto da chegada do progresso na comunidade do bairro do Catete, viria *O astro*, para a qual o país se mobilizou em busca do assassino de Salomão Ayala (Dionísio Azevedo). Com *Pai herói* (1979), transpôs a trama para Nilópolis, na Baixada Fluminense, para contar a trajetória do jovem André Cajarana (Tony Ramos), que tenta desvendar a morte do pai. Em *Coração alado* (1980), causou polêmica ao apresentar no capítulo 40 o estupro de Vívian (Vera Fischer), cometido por Leandro (Ney Latorraca). Em entrevista à extinta revista *Amiga*, Janete comentou que não entendia o estranhamento de telespectadores com a cena, já que diariamente “os noticiários falam de crimes acontecidos na vida real ainda mais fortes”. Não satisfeita, no capítulo 171, a personagem Catucha (Débora Duarte) protagoniza a primeira cena de masturbação feminina na história da TV brasileira. Foi tudo subentendido: a câmera mostrava closes do rosto de Débora, e pés em movimentos circulares estendida sob cadeira de madeira. Não chegou a terminar *Eu prometo* (1983), vindo a falecer vítima de um câncer no intestino. Sua finalização ficou a cargo de Glória Perez [1948-], considerada hoje sua sucessora. Janete continuaria tão popular que virou enredo de escola de samba. Com “O Leão na Selva de Ilusões”, a G.R.E.S. Leão de Nova Iguaçu desfilou no Grupo Especial do Rio em 1992, cuja letra do samba dizia: “‘Eu Prometo’ / Sua arte vai continuar / E na Selva de Ilusões / Uma estrela vem brilhar”.

Dias Gomes

1922 - 1999

Para entendermos a hibridização de diferentes matrizes estéticas, fortemente associada como uma das características mais marcantes na dramaturgia de Dias Gomes⁴³, é necessário um panorama de sua trajetória. Em 1937, aos 15 anos, escreveu sua primeira peça, *A comédia dos moralistas*. Já morando no Rio, em 1941, durante a Segunda Guerra Mundial, Dias Gomes escreveu o drama *Amanhã será outro dia*, abordando nazismo, invasão da França pelos alemães, exílio dos perseguidos políticos nos países da América e o torpedeamento de navios brasileiros.

Sua estreia no teatro profissional veio no ano seguinte, com a comédia *Pé de cabra*. Antes disso, porém, a peça foi proibida pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), órgão de censura do Governo Vargas. Ainda em 1942, Dias Gomes ingressou na Faculdade de Direito do Rio de Janeiro, mas abandonaria dois anos depois ao ser convidado por Oduvaldo Vianna para trabalhar em São Paulo na recém-inaugurada Rádio Panamericana. Lá, escreveu adaptações de peças, romances e contos. Nessa mesma época, ingressou no Partido Comunista.

Instalado no Rio em 1950, já casado com Janete Clair, o dramaturgo conseguiu um emprego primeiro na Rádio Tupi e, em seguida, na Rádio Tamoio e na Rádio Clube. Em abril de 1953, porém, Gomes foi demitido, após viajar com escritores à União Soviética para comemorações do Primeiro de Maio. Em virtude da perseguição política, passou a escrever sob pseudônimo até 1956, quando ingressou na Rádio Nacional. É interessante perceber como Dias Gomes, se torna mediador cultural entre o campo político e os segmentos da indústria cultural. O autor não trabalhou diante uma estabilidade, mas:

(...) numa intensa mediação entre sistemas culturais distintos que se fizeram presentes em sua trajetória artístico-intelectual. Ele atuou e realizou seus produtos culturais numa região limítrofe, nas fronteiras entre campos sociais distintos: o comunista, o artístico, o popular e o massivo (SACRAMENTO, 2012-b, p. 111).

Em 1959, escreveu a peça *O pagador de promessas*, adaptada para o cinema e ganhador da Palma de Ouro no Festival Internacional de Cinema de Cannes, em 1962. Trata-se da história de Zé do Burro (Leonardo Villar), camponês que prometeu carregar uma cruz do sertão baiano à Igreja de Santa Bárbara, em Salvador, caso seu burro doente se recuperasse. É considerada obra-prima do teatro realista moderno. A versão cinematográfica foi indicada ao Oscar de melhor filme estrangeiro. O sucesso de *O pagador* elevou Dias Gomes ao status de um dos maiores dramaturgos do país, por trazer “traço moderno” e revolucionário a representações das questões nacional-populares, apesar do culto romântico ao herói messiânico (RIDENTI, 2000, p. 88).

Cassado pelo golpe militar de 1964, sua peça *O berço do herói* foi proibida pela censura na noite de estreia. Em 1966, sua casa foi invadida por militares. No ano seguinte, mesmo premiado, o filme *O pagador de promessas* teve exibição proibida em território nacional, se estendendo até 1972. Em sua autobiografia, Dias Gomes relata como precisou lidar com o choque dos valores políticos que defendia e os tentadores convites para embarcar na indústria cultural televisiva. “O modelo dramaturgicó que viria a ser imposto pela ditadura nos anos 70 me excluiria completamente (...). A telenovela, cercada de preconceitos, era considerada subliteratura. Por outro lado seria incoerência” (GOMES, 1998, p. 255). Para o autor, não houve saída. Falou mais alto a sua necessidade de se comunicar com mais pessoas.

Minha geração de dramaturgos, a dos anos 60, erguera a bandeira do teatro popular, que só teria sentido com a conquista de uma grande plateia popular, evidentemente. Um sonho impossível, o teatro se elitizava cada vez mais, falávamos para uma plateia

a cada dia mais aburguesada, que insultávamos em vez de conscientizar. Agora me ofereciam uma plateia verdadeiramente popular, muito além dos nossos sonhos. (GOMES, 1998, p. 255).

Em 1969, chegou à TV Globo. Dando voz aos princípios da dramaturgia nacional-popular (SACRAMENTO, 2012-a), sua primeira telenovela, sob pseudônimo de Stela Calderón, foi adaptação do romance *A ponte dos suspiros*, de Michel Zevaco, ambientada na Veneza do século XIV. Depois, com *Verão vermelho* (1969), assinada com seu nome, abordou temas polêmicos – desquite, reforma agrária e candomblé. Na sequência, *Assim na Terra como no céu* (1971), em que mostrava os costumes da juventude carioca; *Bandeira 2* (1972), que apresentava pela primeira vez um protagonista bicheiro, o Tucão (Paulo Gracindo); e a primeira novela a cores no Brasil, *O bem amado* (1973). Repleta de personagens inesquecíveis, a novela deu origem a um seriado que permaneceu no ar por cinco anos. Como detalha Igor Sacramento (2012-a) a respeito das tramas escritas pelo autor neste período:

O realismo crítico (de matriz lukacsiana) como estética necessária para projeto político de “conscientização das massas” esteve presente nas telenovelas de Dias Gomes naquele momento, pontuadas por algumas características do teatro épico brechtiano, mas também pelo grotesco, fantástico, realismo, tragédia e outras estéticas teatrais, fazendo uso da hibridização como forma de garantir maior comunicabilidade popular. (SACRAMENTO, 2012-a, p. 235)

Ainda que de modo controverso para alguns, ele estabeleceu mediações entre valores da cultura comunista e os da prática da produção televisiva. Em 1974, por exemplo, Dias Gomes escreveu *O espigão*, a primeira a abordar temas ambientais, criticando o progresso tecnológico e a desumanização das relações sociais. O autor voltou a ter problemas com a censura em 1975, culminando no veto de *Roque santeiro*. Com 20 gravados, a novela foi proibida na véspera de estreia. Segundo o site da Memória Globo⁴⁴, o motivo da proibição foi uma conversa telefônica com o historiador Nelson Werneck Sodré [1911-1999] gravada pelo Serviço Nacional de Informações (SNI), na qual Dias teria dito que enganara censores com adaptação da peça proibida *O berço do herói*.

Ele aproveitou parte dos personagens em *Saramandaia* (1976), introduzindo na TV o realismo fantástico característico da literatura latino-americana. Com ela, alcançou projeção internacional. Voltaria a abordar temática ecológica em 1978, com *Sinal de alerta*⁴⁵, que denunciava crimes ambientais. Com o autor, houve “abrasileiramento” das telenovelas, caracterizado pela nacionalização dos textos, temáticas, procedimentos narrativos e linguagem (RIBEIRO e SACRAMENTO, 2010, p. 124).

Em 1985, dois anos após a morte da mulher e com a abertura política, *Roque Santeiro* pôde enfim ir ao ar. Marco na história da teledramaturgia brasileira, a novela atraiu milhões de espectadores para a trajetória de Roque Santeiro (José Wilker), Sinhozinho Malta (Lima Duarte) e Viúva Porcina (Regina Duarte). Dias Gomes escreveu os primeiros e os últimos 51 capítulos da nova versão, deixando a trama a cargo de Aguinaldo Silva [1943-] e Marcílio Moraes [1944-]. Em entrevista a este presente trabalho, Marcílio conta que a base do que aprendeu de telenovela está nos primeiros 51 capítulos de *Roque Santeiro*. “Quando fui convidado a colaborar na versão de 1985, minha primeira experiência em telenovelas li estes primeiros capítulos, que foram ao ar *ipsis litteris*. Ali aprendi a escrever novelas”. Silva também já disse a respeito de ter colaborado com este sucesso que marcou época na emissora.

(...) *Roque Santeiro* era isto: um vento que provocou um frêmito no país já na noite de estreia, e nas noites seguintes soprou cada vez mais forte. (...) Apesar da censura tenebrosa (...), uma telenovela era capaz de conquistar mentes e corações, dizer às pessoas sobre os seus personagens “estes somos nós!” e, assim, se tornar maior que tudo. Não era assim que eu sentia *Roque Santeiro* na época, quando a pressão de escrevê-la era só o que contava. Mas é assim que a vejo agora, como o momento mágico que foi, ao dar a um povo sufocado a chance de reconhecer, mesmo que numa obra de ficção, sua própria cara.²

O sucesso da novela surpreendeu a própria emissora. Em reportagem de capa de outubro de 1985, a revista *Veja* abordou como o fenômeno promovia a TV Globo a um novo patamar de produções artísticas. O diretor Daniel Filho [1937-] assim resumiu o momento: “Em primeiro lugar, trata-se de uma questão mágica, com todos os elementos se casando perfeitamente. Em segundo, a própria Globo mudou, existe um astral novo na emissora, fazendo com que todos ousem mais”. A matéria ainda destacou que “jamais a Globo mostrou, no horário das oito, uma novela tão hilariante quanto *Roque Santeiro*, ao mesmo tempo em que toca em alguns temas supostamente perigosos, como a religião, o misticismo popular e a política”.

As forças políticas na legalidade foi o fato novo para uma geração nascida e crescida na ditadura, o que deu ensejo ao debate político e cultural acalorado. A euforia do início de Nova República começou a se transformar em mal-estar à

2 Disponível em < <https://veja.abril.com.br/blog/reveja/como-roque-santeiro-alcancou-a-maior-audiencia-da-historia/> > Acesso em 06/06/2019.

medida que se aproximava o fim do mandato de José Sarney (1985-1990), com os fracassos de sua política econômica. Falava-se da tentativa de “maquiar” o retrato provisório do país para adaptá-lo aos novos tempos, lançando mão das ideias de uma dramaturgia que tinha como base o questionamento da realidade brasileira. Essa retomada era vista por Dias Gomes como superação daquilo que teria sido a tônica da década de 1970: “A discussão de probleminhas existenciais que não mexia nos pilares do autoritarismo” (GOMES, 1998, p. 98).

Seu último trabalho para a Globo foi em 1998, a adaptação do romance *Dona Flor e seus dois maridos*, de Jorge Amado. Gomes faleceu em 18 de maio de 1999, aos 76 anos, em um acidente de carro em São Paulo. Como prova de que sua temática continua atual e viva na memória do brasileiro, Dias Gomes foi escolhido como enredo da escola de samba Unidos de Padre Miguel, da Série A do Rio de Janeiro, para o carnaval de 2019. Segundo o carnavalesco João Vitor Araújo, a ideia seria associar o atual cenário brasileiro com as situações vividas nas histórias assinadas pelo dramaturgo. “Dias Gomes fez um retrato divertido e irônico do Brasil e isso tem muito da forma como o brasileiro encara a vida”, afirmou Araújo. Vinte e sete anos separam este desfile do que homenageou sua mulher também na Sapucaí.

Lauro César Muniz

1938 -

Lauro César Martins Amaral Muniz nasceu em Ribeirão Preto (SP), em 1938. Graduado em Engenharia Civil, fez parte da primeira turma do Curso de Dramaturgia da Escola de Arte Dramática da Universidade de São Paulo (USP). Em 1963, escreveu a comédia *O santo milagroso*, sua estreia profissional, encenada com sucesso pela companhia de Cacilda Becker [1921-1969]. O texto chegou ao cinema três anos depois, por intermédio do diretor Dionísio Azevedo [1922-1994]. Na mesma década, o autor escreveu e montou mais quatro peças. Muniz estreou como romancista na TV Excelsior, em 1966, com *Ninguém crê em mim*. Escreveu também novelas para a TV Tupi e TV Record, como a adaptação de *As pupilas do senhor Reitor* (1970) e *Os deuses estão mortos* (1971).

Só em 1972 Lauro chegou à Globo, escrevendo o seriado *Shazan, Xerife & cia*, vividos pelos atores Paulo José e Flávio Migliaccio. Três meses depois, foi convocado por Boni [1935-] para substituir o autor Bráulio Pedrosa [1931-1990], que adoeceu durante as gravações de *O bofe*. *Carinhoso* (1973) seria sua primeira novela, inspirada em *Sabrina*, filme de 1954. Também escreveu *O casarão* (1976),

cuja história era contada em três tempos distintos, entre 1900 e 1976. Segundo informações da Memória Globo, o público teve dificuldade em entender a trama, mas foi sucesso de crítica, premiada pela Associação Paulista dos Críticos de Arte.

Em depoimento no evento Encontro com o Autor, ocorrido em 02/12/1994, na ECA-USP, promovido pelo núcleo de Pesquisa de Telenovela, Lauro Cesar Muniz reforça a marca dessa inovação como símbolo de uma época de progresso na televisão brasileira:

(...) Nós fizemos, na década de 70, telenovelas muito arrojadas, com uma temática muito vigorosa. Nós procurávamos até subverter as estruturas narrativas clássicas da telenovela, do folhetim, havia uma busca de linguagem. Isso foi abandonado, mas é claro que uma proposta colocada com muita força sempre permanece um tempo, até por inércia não se esvazia de imediato. (...) Nós éramos um grupo de autores decididos a renovar a linguagem e fazer da telenovela brasileira um gênero artístico de uma certa importância. Tínhamos essa ambição. Havia no ar um clima de busca de uma linguagem vigorosa, uma linguagem mais ambiciosa. (MUNIZ, 1995, p. 94-103).

Mais uma inovação surgiu com *Espelho mágico* (1977), em que utilizou recursos da narrativa teatral, cinematográfica e radiofônica para falar sobre a própria televisão. Em metalinguagem, a novela mostrava filmagens de uma novela, *Coquetel de amor*, inspirada no conflito da peça *Cyrano de Bergerac*, de Edmond Rostand. Lauro trouxe para a TV temas como eutanásia, poder das multinacionais e homossexualismo.

É o período que a telenovela ganha um viés mais inclusivo. A autenticidade dessa inclusão, porém, não está dada por critérios realistas, visto que as contradições sociais não se expressam na novela, que nesse período deixa de fora situações de pobreza e constrói universos de personagens brancos. Para Hamburger (2011), as referências de tempo e espaço é que garantem a verossimilhança de histórias interpretadas pelo público como espaços para veiculação de modelos nacionais de comportamento.

Após uma passagem pela TV Bandeirantes, Lauro retornou à Globo em 1983, para escrever os 17 capítulos finais de *Sol de verão*, substituindo o autor Manoel Carlos [1933-]. Sua peça *O santo milagroso* foi transformada em um especial. A experiência rendeu ao autor prêmio no Festival Internacional de Cinema e Televisão de Nova York. Em 1989, com colaboração de Alcides Nogueira [1949-] e Ana Maria Moretzsohn [1947-], Lauro escreveu outra novela marcante: *O salvador da pátria*. “Foi uma novela extremamente difícil de levar o fim... Estreou no ano em que se elegia o primeiro presidente, após 25 anos de ditadura. (...) Sofreu todas

as consequências de estar num ano muito especial, de eleição para Presidente da República”, diz Lauro, reforçando como o cenário político interfere na recepção de uma trama.

No ano seguinte, escreveu *Araponga*, uma paródia dos filmes de espionagem, ao lado de Ferreira Gullar [1930-2016] e Dias Gomes. Vendeu a adaptação de *As Pupilas do Senhor Reitor* para o SBT em 1994. E, em menos de um ano, supervisionou na TV Globo o texto de *Quem é você?*, de Solange Castro Neves [1951-]. *Zazá* (1997) foi a última novela escrita por Lauro nessa sua passagem pela emissora. Nesta trama criou o primeiro personagem soropositivo da telenovela brasileira. Depois, escreveu duas minisséries: *Chiquinha Gonzaga* (1999), que marcou a retomada das produções de época na Globo, e *Aquarela do Brasil* (2000), sobre o período áureo do rádio no Brasil. Em 2005, foi para a TV Record, onde passou a dirigir o núcleo de Dramaturgia.

Ao analisar as novelas que escreveu, Lauro diz que é difícil estabelecer um denominador comum, ou seja, uma temática comum a todas as novelas:

(...) e pouco provável que alguém tenha uma temática pré-planejada, como por exemplo, a temática de alguns autores no teatro ou no cinema, onde o diretor tem uma visão global da sua obra. Na telenovela o autor, muitas vezes, é despersonalizado porque trabalha em função do processo. É difícil o autor planejar, ter um trabalho autoral. (MUNIZ, 1995, p. 94-103).

Frisa-se a importância de um desdobramento para futuros trabalhos acerca da contribuição à inovação promovida por Lauro Cesar Muniz, tais como já existem de Dias Gomes (SACRAMENTO, 2012-a), Janete Clair (SODRÉ, 1985; FERREIRA, 2003) e – a seguir – Jorge Andrade (ANZUATEGUI, 2012).

Jorge Andrade

1922 - 1984

Dos quatro pilares da inovação aqui citados, Jorge Andrade é o que menos produziu para a televisão. Entretanto sua contribuição vai além da quantidade de produções audiovisuais, mas na discussão da renovação pela que a telenovela atravessou. Andrade começou sua carreira após ser apresentado, na década de 1950, à atriz Cacilda Becker [1921-1969], aos 28 anos. Foi Cacilda quem o incentivou a escrever para o teatro. Estreou profissionalmente como dramaturgo em 1954, com *A moratória*, seguindo várias outras peças de sucesso.

Em posição assumida por Ribeiro (2005), *A moratória*, no lugar de *Vestido de noiva*, de Nelson Rodrigues, seria a peça inauguradora de uma tradição de drama modernos brasileiros. Para tanto, ao destacar elementos do desenvolvimento de uma estrutura teatral no Brasil, percebe-se que Andrade, mais tarde, vai levar as matrizes desse drama moderno dos palcos para a TV. Para Ribeiro (2005), o conteúdo social de *A moratória* reflete “um aspecto propriamente brasileiro, embora conectado com a crise internacional desencadeada pela quebra da bolsa de Nova Iorque em 1929”. O dramaturgo paulista conta a história da decadência de uma família cafeicultora que, sofrendo as consequências da industrialização e da crise econômica dos anos 1920 no Brasil, perde sua propriedade e deve se conformar a viver na cidade, sofrendo as dificuldades de adaptação a um novo ambiente cultural e social.

Nos anos 1960, Andrade publicou a compilação do seu ciclo dramático, *Marta, a árvore e o relógio*, narrando a formação da sociedade paulista e brasileira. O seu maior sucesso teatral, a peça *Os ossos do barão*, permanece até hoje como uma marca de qualidade dos bons tempos do Teatro Brasileiro de Comédia (TBC). Foi com novela de mesmo nome que ele estreou na TV Globo, em 1973. Na verdade, uma adaptação de duas peças suas: *Os ossos do barão* e *A escada*. Possivelmente, foi a primeira vez que um intelectual brasileiro foi plenamente correspondido pelo público.

Na verdade, Jorge Andrade chegou à televisão já consagrado no teatro. Depois de *Os ossos do barão*, escreveu *O grito* (1975), situando a ação na atualidade. Mas o sucesso não foi o mesmo do trabalho anterior, quando mostrou a decadência dos barões do café de São Paulo.

Buscando resgatar suas próprias raízes, mas contribuindo para revisitar as raízes do todo um povo, Andrade fez avançar a produção dramática. Retomando o velho, recriou o novo. Explorando formas clássicas, fê-las vez por outra explodirem para dar lugar a um vento renovador que soprou, junto com outros autores, sobre o teatro brasileiro por um tempo. (RIBEIRO, 2005, p. 13)

É sintomático perceber que quatro dos maiores autores de teatro e televisão, naquele momento, escreveram novelas para o horário das dez: Bráulio Pedroso [1931-1990], Dias Gomes, Jorge de Andrade e Walter Durst [1922-1997]. Eram dramaturgos que acreditavam numa missão, e não se viam apenas como funcionários contratados para criar sob encomendas. E que missão seria essa? Nota-se, pelos trabalhos desenvolvidos, além da preocupação com questões sociais e políticas, um mergulho em aspectos autorais vindos de suas matrizes anteriores. Andrade, por exemplo, carregava o teatro consigo. Os dramaturgos queriam inovar, renovar, inventar.

É importante notar a maneira como Andrade definiu e compreendeu a arte, visto que acreditava na plenitude da criação artística somente quando a mesma propicia um debate social e suscita reflexões (PATRIOTA, 2005). Assim, definido o compromisso de sua dramaturgia, o autor anunciou o lugar, por ele escolhido, para a realização desse diálogo: o universo da reflexão histórica. Como no trecho desse artigo escrito para a revista *Isto É* de 19/04/1978:

(...) Eu só entendo o teatro como representação viva de um fato e neste fato o personagem principal deve ser sempre o homem. O homem brasileiro. Acho que, se a arte não registra o homem, no tempo e no espaço, para mim não é arte, não é teatro, não é literatura, não é nada. As gerações futuras vão querer saber como o homem brasileiro pensava, como vivia, como trabalhava, como lutava. Penso que esta é a missão principal, essencial, da arte e do teatro. (...). Quando eu pego, por exemplo, Fernão Dias, o que quero discutir é se as minas devem ser descobertas, para serem exploradas pela Corte e não pelo colono. Este debate está claro em Sumidouro. Não importa se é século XVI ou XVII, o debate está também no século XX, no debate das multinacionais. Vale a pena importar o Know-how que nos explora? E investigar a História é também fugir à perspectiva histórica dos ganhadores. Por que é que o mártir da Independência é Tiradentes e não um dos mulatos da revolução dos Alfaiates, na Bahia? A Inconfidência Mineira era uma revolução de mentira, idealizada pelos historiadores, enquanto que a revolta dos Alfaiates é uma revolução social, do homem do povo. O teatro pode evocar essa história que foi surrupiada.

A contratação de dramaturgos ligados à esquerda pela Globo não era surpreendente, visto seu reconhecido talento e a época inóspita de perseguição política. Jorge Andrade, embora não fosse ligado a partidos políticos, foi influenciado por este contexto cultural. Como bem define Ribeiro (2005), Andrade fez avançar a produção dramática ao resgatar as raízes do povo brasileiro. “Retomando o velho, recriou o novo. Explorando formas clássicas, fê-las vez por outra explodirem para dar lugar a um vento renovador que soprou, junto com outros autores” (RIBEIRO, 2005, 2012, p. 13).

Em 1978, Jorge Andrade publicou o romance autobiográfico *Labirinto*, e, no ano seguinte, fez a novela *Gaiotas* para a TV Tupi, o que lhe valeu o prêmio de melhor escritor de TV do ano dado pela Associação Paulista dos Críticos de Arte. Seus últimos trabalhos para a televisão foram na TV Bandeirantes, na década de 1980. Jorge Andrade morreu vítima de embolia pulmonar, em São Paulo, em 1984.

As lógicas de produção atual

Ainda hoje se discute as consequências da metamorfose que o “Quarteto Mágico” provocou na TV Globo – e também nas concorrentes. Tanto que os autores que produzem ficção de TV costumam citá-los como referências. O autor Marcilio Moraes (ex-TV Globo e atualmente na TV Record) diz a este presente trabalho que sua matriz de produção intelectual é oriunda de Dias Gomes:

(...) Costumo dizer que a base de tudo que aprendi de telenovela está nos primeiros cinquenta e um capítulos de *Roque sant'eu*, do Dias Gomes. Como é sabido, o Dias havia escrito cinquenta e um capítulos quando a novela foi proibida, em 1975. Quando fui convidado a colaborar na versão de 1985, sendo minha primeira experiência em telenovelas, peguei e li estes primeiros capítulos, que foram ao ar *ipsis litteris*. Ali aprendi a escrever novelas.³

As novelas com forte carga de realismo mágico de Dias Gomes também teriam eco nas produções de Aguinaldo Silva, autor de *A indomada* (1997), *Fera ferida* (1993), *Duas caras* (2007). Gloria Perez, autora de sucessos como *O clone* (2001), *Caminho das Índias* (2009) e *A força do querer* (2017), é tida como herdeira de Janete Clair, pelo estilo de história “para ser contada em extensão, não em profundidade”

3 Em entrevista dada por telefone em março de 2018.

(AUTORES, 2008, p. 460), com muitas possibilidades de desdobramento. Em 1982, em entrevista ao *Jornal Hoje*, Janete explicou o que consistiria uma “fórmula” de sucesso:

Eu acho que entendo um pouco da psicologia do povo, o que é que ele gosta de ver, gostaria de sentir naquele momento... Se é uma emoção de alegria, de tristeza, de drama... Então, eu acho que você sabendo dosar isso bem, é quase que... não digo que uma fórmula de se atingir o sucesso, mas é uma maneira de se atingir o grande público. É uma comunicação assim: de gente pra gente, de emoção pra emoção. Eu acho que é isso. Não pode ser outra coisa, eu não estudei pra isso... É uma intuição, é um sexto sentido.⁴

Gloria Perez, a partir da polêmica levantada em *A força do querer* (2017), com o drama de Ivana (Carol Duarte) e sua transexualidade, evocou os mesmos pontos da “psicologia do povo” de Janete 33 anos antes. A preocupação na construção de Ivana/Ivan passava por “construir a empatia da personagem com o público”. Gloria diz:

Ivana foi apresentada como alguém que vive uma crise de identidade, atravessa um momento de insegurança, sente-se diferente e desencaixada do universo em volta, e sofre com isso. São sentimentos que as pessoas reconhecem, que em algum momento da vida todo mundo enfrentou, por motivos diversos. Criado o laço, criada a empatia, as pessoas passam a torcer para que ela seja feliz (...).⁵

Vem dos pilares firmados pelo “Quarteto Mágico” o caráter de intertextualidade da telenovela brasileira, com capacidade de gerar recursos e alimentar sua produção como nenhum outro produto da indústria cultural brasileira (MOTTER, 2011). Dos autores que escrevem mais constantemente no horário nobre, tem-se um “quinteto”: Gloria Perez, Gilberto Braga, Aguinaldo Silva, Walcyr Carrasco e João Emanuel Carneiro. Se hoje estes autores falam predominantemente do

4 O depoimento à jornalista Leda Nagle está disponível em < https://www.youtube.com/watch?time_continue=2&v=3erXR4itlyU>. Acesso em 18/07/2018.

5 Em entrevista ao Jornal O Estado de São Paulo, na matéria “Ivana revela à família ser trans em ‘A Força do Querer’, e cena pode ser histórica”, publicada em 29/08/2017.

presente do qual incorporam o cotidiano nos seus variados aspectos – modos de conviver com a realidade – isso se deve, muito em parte, ao caráter agregador do início das produções no país.

E como os temas da ficção são escolhidos? Os profissionais entrevistados a este trabalho afirmam que o tema surge primeiro na sociedade e só depois vai para a ficção. Como nos resume a autora Thereza Falcão, coautora de Carneiro em *Avenida Brasil*:

(...) Quando um assunto é tratado por qualquer produto audiovisual, é porque já está ecoando na sociedade. É preciso oferecer o debate no formato possível. E à medida que o debate avança, esse formato vai ficando mais abrangente. Numa série de TV fechada, só os interessados no assunto vão procurar aquele produto.

No caso de *Avenida Brasil*, a boa aceitação do público, na opinião da coautora, se cumpriu pela temática estar de acordo com o que o país atravessava. “Falava de um momento que o país vivia, de empoderamento da classe C, de novos ricos, de valorização de um outro centro que não a Zona Sul (do Rio) ...”. Em 2015, o autor teve dificuldades com *A regra do jogo*, ao abordar facções criminosas em um morro. Nas palavras de João Emanuel Carneiro:

(...) o autor de novela tem que ter uma antena para o seu tempo, mas ali as pessoas já estavam fartas da realidade. Por isso não repetiu o sucesso de *Avenida Brasil*. O momento histórico era outro também (...). Entendo o público querer uma coisa escapista diante de uma realidade tão insuportável. (...) A TV não precisa ter um discurso tão direto e pode se aproximar mais do cinema.⁶

Os temas da teleficção se baseiam em menções ao caráter “naturalista” das novelas e notáveis referências à vida do país. A novela exerce a função de agenda *setting* (LOPES, 2009), tal é seu poder de pautar uma agenda temática discutida pelo país em meses de exibição. Reforma agrária, violência urbana, especulação imobiliária, emancipação feminina, corrupção política, racismo, diversidade sexual etc, são alguns exemplos de temas do âmbito público deglutidos por estas narrativas.

6 Em entrevista ao Jornal O Globo, na matéria “‘O vilão é coautor das minhas novelas’, diz João Emanuel Carneiro”. Publicada em 22/03/18. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/o-vilao-coautor-das-minhas-novelas-diz-joao-emanuel-carneiro-22513830#ixzz5AUvNkk86>>. Acesso em 22/03/2018.

As matrizes culturais de cada autor estão de acordo com o momento histórico no qual se escreve. Este é o cerne do trabalho autoral, inaugurado com o “Quarteto Mágico” que dá identidade à telenovela brasileira e imprime uma marca que a diferencia das vizinhas produções latinas. Assim sendo, é notório o lugar na cultura e na sociedade brasileira ocupado pela telenovela, utilizando-se a perspectiva de Hall ([1932-2014] 2003), na qual a cultura é definida “como um processo original e igualmente constitutivo, tão fundamental quanto a base econômica ou material para a configuração de sujeitos sociais e acontecimentos históricos e não uma mera reflexão sobre a realidade depois do acontecimento” (HALL, 2003, p. 26).

Considerações finais

O que se percebe, ao analisarmos a trajetória de vida dos autores Dias Gomes, Janete Clair, Lauro César Muniz e Jorge Andrade é que a convergência entre eles se dá primeiramente no âmbito político e depois na abertura comercial de suas obras. Todos têm uma linha política de esquerda e caminham em matrizes culturais como as do teatro, da literatura e do rádio antes de irem para a televisão promover o que seria um novo formato de telenovela, uma hibridização que daria forma à moderna telenovela brasileira, hoje conhecida mundialmente pela sua qualidade artística e apuro técnico.

Entre as características que esta telenovela genuinamente brasileira traz, e que a distância da telenovela mexicana ou cubana, por exemplo, estão as marcas do presente que vivemos, sendo ele lugar simbólico da memória coletiva (HALBWACHS, [1867-1945] 2006), por ser único para milhões de brasileiros e generalizar o discurso em torno de uma agenda temática. Para Halbwachs (2006), memórias são construções dos grupos sociais, que determinam o que é memorável e os lugares onde essa memória será preservada, ultrapassando o plano individual. O que o “Quarteto Mágico” fundou na televisão brasileira, portanto foi um produto de entretenimento enraizado em três pilares: política, comércio e sociedade.

Os novos rumos da telenovela brasileira, quando se vê diante dos avanços dos serviços de streaming, precisam ser avaliados sob a ótica que a fundou como indústria e como identidade de uma nação que se entende e se questiona diante da televisão. As obras de narrativas ficcionais do “Quarteto Mágico”, composto por autores primordiais do Padrão Globo de qualidade, ainda hoje são revisitadas como ponto de partida para se entender o Brasil.

A ESPERANÇA DANÇA NA CORDA BAMBA DE SOMBRINHAL – A SINESTESIA MÚSICA E AUDIOVISUAL EM OS DIAS ERAM ASSIM

*The hope dance in tightrope of umbrella –
The synesthesia music and cinema in The
days where like this*

Aurora Almeida de Miranda Leão

E-mail: auroraleao@hotmail.com

Universidade Federal de Juiz de Fora.

Resumo

Este artigo analisa como a música contribuiu para enriquecer a construção narrativa da supersérie “Os dias eram assim”, exibida pela TV Globo às 23h, no período de 17 de abril a 18 de setembro de 2017. O foco é o Brasil dos anos 1970-1980, mergulhado numa repressão violenta, com liberdade cerceada, instituições fechadas, exílio involuntário, perseguição a artistas, jornalistas, professores e estudantes, um período nefasto da vida brasileira no qual a música foi o viés de maior potência para expressar o que estava pulsando submerso sob a capa do país feliz e em desenvolvimento. O objetivo é investigar como a equipe de criação operou essa construção, que apresenta forte sinestesia entre a música e o audiovisual, enfatizando um instigante diálogo entre jornalismo, ficção, música e memória.

Palavras-chave: Narrativa; Ficção seriada; Repressão; Música; Brasil.

Abstract

The article reflects about brazilian telenovela The days where like this, shown by TV Globo in 2017. The focus is the Brazil of the years 1970-1980, immersed in violent repression with debased freedom. The goal of this essay was to investigate the narrative construction that presents strong synesthesia in between music and audiovisual, emphasizing a thought-provoking dialogue with intertextual relation with journalism, fiction and memory.

Keywords: Narrative; Serial fiction; Repression; Music; Brazil.

Introdução

A temática da supersérie “Os dias eram assim”, que inaugurou esse formato na TV Globo, evidencia o período sombrio que extirpou a liberdade do cotidiano brasileiro. Repressão, ditadura, violência, aviltamento dos direitos fundamentais, cerceamento da liberdade dão o tom.

A realização de *Os dias* é um marco importantíssimo da teledramaturgia, jogando luzes para irradiar, no mundo inteiro, a avalanche repressiva e nefasta que tomou conta do Brasil naquele período e que, até hoje, acarreta sérios reflexos no cotidiano do país. Ainda é difícil falar sobre aqueles dolorosos anos, porém espera-se que a teleficção possa servir de relevante arquivo para que não mais se afirme não ter havido ditadura em solo brasileiro, para que jamais a canção “Cálice”, de Chico Buarque e Gilberto Gil possa ter sua força atualizada.

Ambientada entre as décadas de 1970 e 1980, tempo que vai da intensificação da repressão às *Diretas Já*, a supersérie foi exibida no período que vai de 17 de abril a 18 de setembro de 2017, no horário das 23h, assinada por Ângela Chaves e Alessandra Poggi com direção de Walter Carvalho, Isabela Teixeira e Cadu França, e direção geral de Carlos Araújo.

O objetivo desta análise é perceber como a construção narrativa operou para enfatizar determinados aspectos da obra, na qual há intertextualidades notórias e relevantes entre o jornalismo, a ficção, a memória, a música.

Em “Os dias eram assim”, a interação tempo, história, personagens e ação evidencia-se na eloquente simetria com a narrativa histórica construída pelo jornalismo. E isso é bastante relevante, como afirma Cristina Costa:

As narrativas são maneiras de realizar e de expressar nossa temporalidade, tornando-a tão objetiva quanto a certeza de nossa finitude e transitoriedade. São metáforas constitutivas de ordenação, de ritmos e de sequências seriais e casuais... As estruturas narrativas são formas de estabelecer modulações e durações, arquitetando a temporalidade humana. São essenciais para a construção da identidade, tanto a individual como a coletiva, pois, a partir das considerações feitas, ser para o homem é ter uma história, é integrar durações e temporalidades. (COSTA. 2000, p.41).



A eloquência da imagem é esteio para a forte simbologia da denúncia.

Teledramaturgia com linguagem própria

Fonte: <https://gshow.globo.com/series/os-dias-eram-assim/>

A construção narrativa da supersérie tem claro enfoque político, e as autoras definiram uma linha dramática que exclui cenas, núcleos ou personagens engraçados, evidenciando sua determinada intenção de contar, de forma grave e inequívoca, o que representou o período ditatorial para o país.

As marcas dessa construção aparecem de várias formas: são as músicas da época – muitas das quais proibidas de tocar nos anos 1970-1980; os fatos que ganharam repercussão na imprensa – como os do assassinato do estudante Édson Luís e a passeata dos 100 mil; a decretação do AI -5; o programa *Abertura*, apresentado pelo cineasta Glauber Rocha em rede nacional; e ainda, imagens de arquivo com pessoas de atuação destacada, vitimadas pela ditadura (como Chico Buarque, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Dina Sfat, Bete Mendes, Henfil, Herzog, e tantos outros). Ressaltamos ademais que o recorte político é notável desde que se faz notar de pronto, por exemplo, na escolha do nome da personagem principal, Alice.

Afinal, quem de nós, ao ouvir este nome, não completa mentalmente com o *País das Maravilhas*? E em que país situa-se a Alice da série: justamente num país, no qual, àquele tempo, nada havia de “maravilha”. Portanto, batizar a personagem

principal como Alice já se afigura como uma clara definição política da obra. O mesmo dizemos do título – *Os dias eram assim*, pinçado de uma letra da música – tema *Aos nossos filhos*, criação da dupla Ivan Lins e Victor Martins.

O Brasil é um caso exemplar em termos de construção narrativa da teleficção: somos um país da América Latina – continente marcado pela gênese da telenovela e enorme apreço pelo gênero – que criou um modelo especial de teledramaturgia ao optar por inserir em suas histórias o brasileiro anônimo com sua fala coloquial, seus trejeitos, sua maneira única de expressar-se, privilegiando temáticas que destacam o cotidiano nacional.

Partindo dessa opção narrativa, o gênero foi afirmando-se com uma assinatura própria, ganhou em força e dialogia com o público, adaptou importantes obras literárias brasileiras, colocou histórias da vida real na tela e passou a caracterizar-se como um espaço de ampla produção de sentidos, no qual há uma retroalimentação constante e notória com as narrativas do jornalismo televisivo.

Nesse viés, vale lembrar o que dizem os estudos linguísticos, ao afirmarem que é por meio da língua que o indivíduo se constrói socialmente, e que é por meio das narrativas ficcionais que ele cria um sentimento de pertença, de identidade, como afirma Maria Cristina Mungioli (2008):

É sob a égide da descrição dos costumes, da cotidianidade, do ver-se retratado na tela da televisão e da interrelação com a realidade que as telenovelas e minisséries brasileiras ocupam um papel extremamente importante na constituição do sentimento de nacionalidade. Papel devido não apenas à sua penetração nas diversas camadas da sociedade brasileira, mas também ao tratamento discursivo, temático e estético que lhe são característicos e que, para muitos, são responsáveis por sua grande audiência. [...] A constituição do sentimento de nacionalidade passa necessariamente pelas narrativas literárias ou televisuais produzidas pelas populações que conseguem dessa forma criar/manter referenciais comuns o que possibilitaria ter sentimentos e valores comuns e as elevaria à condição de povo. Esse processo compreende toda sorte de textos: escritos, orais, pictóricos, audiovisuais, etc. Todos esses textos entram na composição daquilo que Halbwachs (1990) denominou memória coletiva. (MUNGIOLI, 2008, p.4).

Segundo Mikhail Bakhtin (1997), toda relação dialógica transporta certas ideologias, pois todo enunciado, ao conter signos, é um agente ideológico: “Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia” (BAKHTIN, 1997, 31).

É ainda o teórico russo quem defende que, para operar a linguagem verbal, os sujeitos da comunicação precisam se apropriar não apenas das estruturas, dos códigos, das regras gramaticais, das palavras, mas sobretudo devem ser capazes de construir sentidos, e essa significação não é do falante ou do interlocutor: pertence ao texto criado entre ambos. A construção de sentidos ocorre por meio de um processo caracterizado pela alteridade, ou seja, de contínua interação com o outro, como diz Maria Cristina Mungiolli (2008).

Foi espelhando-nos no desenvolvimento dessas análises que encontramos a música como mais um grande potencializador de sentidos, daí o caminho escolhido para este artigo. Queremos perscrutar como a música contribuiu para a construção narrativa de *Os dias*, na qual ficção e história caminham em paralelo, e ganham reforço com a trilha musical definida. Sobretudo porque acreditamos que o cancionário de um país é território farto para a construção desse sentimento de construção da identidade, de povo, de nação.

A sinestesia música X audiovisual

A música é privilegiada co-autora da narrativa de “Os dias”. Canções que tem estreita ligação com o período repressivo, muitas das quais proibidas de serem executadas àquela época, ganharam destaque no constructo narrativo e, por si só, já produziam suas próprias e fortes significações.

Quando essas músicas, que trazem consigo um contexto sociopolítico, histórico e cultural, são colocadas no ambiente narrativo como fio condutor, elas ganham em dimensão, ao mesmo tempo em que promovem uma lapidar produção de sentidos, auferindo valor político, social, histórico, de denúncia e reavivamento da memória de toda uma época, numa teia emotivo-sensorial que só a música é capaz de promover. A propósito, achamos oportuno lembrar o que diz o compositor sueco *Johnny Wingstedt*:

Quando as 'terminações nervosas' do músculo-música e da epiderme-imagem se conectam, pode-se ver uma nova criança multimídia surgir no mundo, começando a respirar. E, como se não fosse suficiente: você tenta adiantar por dois quadros a música em relação à imagem – e subitamente essa criança começa a se mexer, pulando e gritando alegremente. Esse feliz casamento entre imagem e música é um exemplo fascinante de quando o todo é alguma coisa muito maior que a soma das partes. (Wingstedt 2005:6).

A música é um primeiro nível do pensamento e antes mesmo de ser sonora, ela já existe como movimento. Assim nos diz o cineasta e artista visual Arthur Omar (1998, p.276)– “é uma música do pensamento que acompanha o pensamento, ela se refere ao seu movimento, ao seu ritmo, à sua sensação de presença” -, então podemos inferir que a música já tem um pensamento que lhe antecede. Em sendo assim, cada música já traz em seu bojo uma construção de sentidos, ainda que o nível de entendimento sobre isso esteja no plano inconsciente.

Porém, seguindo com o raciocínio *arthuromariano*, podemos inferir que, quanto mais a música já esteja inserida num contexto construído, conhecido, mediado e/ou midiaticizado, mais ela já trará consigo um possível constructo de significados e simbologias que se tornarão ainda mais fortes e eloquentes conforme o contexto em que seja inserida via audiovisual.

Ao que nos parece, prosseguindo com a mesma linha de pensamento, a inserção da maioria das músicas que compõem a trilha de “Os dias” insere-se nessa perspectiva. E, portanto, a escolha para compor a narrativa da série foi de profundo acerto, não só porque as músicas traduzem toda a ambiência daqueles sombrios anos de liberdade cerceada e direitos aviltados (algumas tocaram muito, outras foram proibidas), como porque elas vem imbuídas de um pensamento que as precede, o que faz com que, ao escutá-las, sejamos imediatamente transpostos para o ambiente que as fez nascer.

Sobre isso, recorreremos novamente ao pesquisador, escritor, poeta e artista plástico Arthur Omar:

O cinema não é um produto do investimento do olho apenas, ele é um investimento da globalidade da presença física, corpórea. [...] A imagem determina para o sujeito uma experiência de pensamento, é preciso pensar diante dele. Nesse sentido, podemos dizer que a atenção que a imagem exige já contém, direta ou indiretamente, uma espécie de movimento musical que é o movimento da presença diante dela. Não é uma música da imagem, não é uma música do sujeito, é uma ficção operada pela atenção. [...] O pensamento tem um nível onde ele é música, e veja bem, não é uma música sonora. Ele é exatamente esse movimento que lembra o som, que lembra a experiência sonora, mas, numa certa medida, ele prescinde disso. É uma música do pensamento que acompanha o pensamento... ela está por trás, ela se refere ao seu movimento, ao seu ritmo, à sua sensação de presença. [...] Talvez o pensar seja uma forma de música. Ou, por outro lado, a música seja um nível do pensamento. (OMAR, 1996, p. 276 e 277).

Ao voltarmos nosso olhar para o cinema, por exemplo – arte que antecede ao nascimento da televisão, de quem esta absorveu qualidades para formar sua própria linguagem, e com quem dialoga numa via de mão dupla –, lembramos o que pode a inserção da música nos filmes: ela apresenta perfis psicológicos, enfatiza sentimentos, define climas, destaca emoções, determina contextos históricos e geográficos, cria suspenses, promove pontes de empatia ou rejeição para tais ou quais personagens. Logo, acreditamos não haver dúvidas quanto à função de extrema relevância que tem a música na construção narrativa de filmes e de telenovelas, ou de qualquer expressão da ficção seriada televisiva.

Sendo a televisão uma espécie de prima-irmã do cinema, tudo que se pode pensar sobre este, serve para aquela. Nesse aspecto, vejamos o que diz Mirian Tavares (2017) para dimensionar também a acuidade da construção imagética de “Os dias”:

A imagem do cinema é um constructo artístico, contingente, social ou ideológico. Vemos no ecrã o que o autor da imagem quer mostrar. Mas sempre é possível ver mais: os sobejos do visível, recortados pelo enquadramento, dizem-nos muito das imagens que se mostram, sobretudo naquilo que elas querem ocultar [...] O cinema ocupa, muitas vezes, o lugar de “discurso da verdade” – porque é sustentado por imagens que são consideradas um espelho do real. O cinema, que nunca foi um mero reproduzidor da realidade, sempre usou a realidade como discurso, um discurso que se apresenta como um espelho aperfeiçoado que, não só reflete, mas reelabora as imagens do mundo, tornando-o mais compreensível e ordenado segundo padrões ideais. A única forma de combater este discurso do mundo visível é produzir novos discursos que irrompam de dentro da lógica do dispositivo e que provoquem, mais que reflexos, autênticas reflexões. (TAVARES, 2017).



Narrativa destaca imagens que unem jornalismo e ficção.

Fonte: <https://gshow.globo.com/series/os-dias-eram-assim/>

Se você vier me perguntar por onde andei...

A música, essa Senhora Rainha que “depois do silêncio, é o que mais se aproxima de expressar o inexprimível”, como afirmou o escritor Aldous Huxley², foi pensada para a narrativa da série com incontestado sentido de pertença, ajudando a construir – com potencial emotivo e tom de denúncia – a poderosa dramaturgia para expressar aqueles tempos sombrios instalados pela ditadura no Brasil.¹ Algo tão intrínseco e visceral, como o que diz o crítico e compositor francês Michel Chion:

Seria como se perguntar porque o circo de trapezistas não apresenta o seu número em silêncio, porque a música acompanha as sessões de magia e porque em Shakespeare há frequentemente lugar para uma canção. (CHION, 1985, p. 13).

Naqueles deploráveis anos de chumbo, a música funcionou como um potente recurso de diálogo do povo frente ao massacre repressivo estabelecido. Em edição histórica da Folha de São Paulo, há o registro sobre o impacto causado pela popularidade dos festivais de música. Foram eles o estopim que levou o então General Costa e Silva a decretar o Ato Inconstitucional 5. E foi esse ato que fez eclodir toda sorte de malefícios, violências e desconstruções humanas contra brasileiros e sua produção cultural. Em meio à ostensiva e indômita repressão, a música era uma possibilidade de catarse e denúncia, o que a telenovela evidencia com notável vigor.

Começemos por observar a letra da música-tema de abertura, *Aos nossos filhos*:

Perdoem a cara amarrada/ Perdoem a falta de abraço/ Perdoem a falta de espaço/ Os dias eram assim/ Perdoem por tantos perigos/ Perdoem a falta de abrigo/Perdoem a falta de amigos/ Os dias eram assim/ Perdoem a falta de folhas/ Perdoem a falta de ar / Perdoem a falta de escolha/Os dias eram assim/ E quando passarem à limpo/ E quando cortarem os laços/ E

1 A narrativa também fez menção ao período ditatorial do Chile, embora esse fato não entre nesta análise, mas queremos ressaltar que o personagem Renato (Renato Goes) vive seus anos de exílio naquele país e casa-se com uma chilena, vindo morar com ela no Brasil quando a ditadura acaba em solo brasileiro, em 1984.

quando soltarem os cintos/ Façam a festa por mim/ Quando
largarem a mágoa/ Quando lavarem a alma/ Quando lavarem
a água/Lavem os olhos por mim/Quando brotarem as flores/
Quando crescerem as matas/ Quando colherem os frutos/
Digam o gosto para mim (LINS e MARTINS, 1984).

A escolha dessa composição, lançada em 1984 (ano que marca o fim oficial da ditadura no país) exemplifica bem o caminho escolhido pela autoria da obra, qual seja o de promover uma espécie de inventário daqueles anos negros e tristes, nos quais tantas pessoas foram vitimadas.

A letra traz uma primeira parte que pede perdão pela tristeza que se revela sem medo, e, ao mesmo tempo, acena com uma distante esperança de que tudo vire passado e sobrevenha outro tempo, no qual seja possível perceber a dor vivida e as muitas batalhas travadas como tendo algum sentido. Assim, há uma espécie de duplo arco semântico na composição, o que equivale-se ao postulado geral da narrativa (conforme apontam Todorov, Gancho, Bordwell, Syd Field, Saraiva e Cannito, e diversos outros autores), que prescreve dois eixos temáticos principais para qualquer forma narratológica. Estes podem ser traduzidos em liberdade e opressão, segundo Saraiva e Cannito (2004).

No período abordado pela série, músicas viraram autênticos hinos em favor da liberdade: a canção de Geraldo Vandré – “Pra não dizer que não falei de flores” (segundo lugar no Festival Internacional da Canção, em 1968) –, destaca-se por versos que anunciam a possibilidade de o povo tomar as rédeas de sua história: “... esperar não é saber. Quem sabe faz a hora, não espera acontecer”. Aquela voz ganhou uma força exponencial no Brasil expressando um convite claro ao engajamento, à luta.

Nessa mesma época, Chico Buarque de Hollanda, compositor emblemático na defesa da democracia, valia-se da riqueza de metáforas para burlar a censura e externar um grito de alerta ao mundo. Em parceria prodigiosa com Gilberto Gil, compôs “Cálice”, que mergulha no universo lúgubre da ditadura, numa clara analogia a uma passagem bíblica e evidente sinergia com o Santo Cálice de Cristo (*Pai, afasta de mim esse cálice, de vinho tinto de sangue*). O *Cálice*, metáfora do cale-se imposto pela repressão, é uma metáfora que ecoa fundo em quem viveu aqueles tempos sombrios nos quais o verbo calar gritava medo, tortura, horror, socorro:

Como beber dessa bebida amarga. Tragar a dor, engolir a labuta.
Mesmo calada a boca, resta o peito. Silêncio na cidade não se
escuta. De que me vale ser filho da santa Melhor seria ser filho da
outra. Outra realidade menos morta Tanta mentira, tanta força
bruta. (BUARQUE e GIL, 1978).

A inclusão dessas e de outras músicas de intenso simbolismo para a história política brasileira – *Deus lhe pague*, *O bêbado e a equilibrista*, *Como nossos pais*, *Feito Gente*, *Flores Astrais*, *Sangue Latino* –, bem como de canções mais românticas ou libertárias (como *Sociedade alternativa*, de Raul Seixas e Paulo Coelho), incluindo autores como Roberto Carlos, Erasmo Carlos, Fábio Júnior, Cazuza, Djavan, e João Ricardo na trilha da série, reveste-se de mais um trunfo de relevante significação operado pela narrativa de “Os dias”, indicando a clara intenção de seus criadores (autores e diretores) de denunciar um período da vida nacional que é melhor ficar bem claro na parede da nossa memória para que nunca mais se repita, para que jamais se olvide. Essas músicas são símbolos de um capítulo sombrio da vida brasileira, e expressam a cultura e a consciência histórica daqueles anos de horror para a liberdade.

Para melhor contextualizar o que significa a produção musical daquelas décadas de 1970-1980, vejamos o que diz o ensaísta Silviano Santiago (1998):

Em lugar de introjetar o rebaixamento cultural que lhe é imposto para se afirmar pelo ressentimento dos excluídos, a música popular passa a ser o espaço “nobre”, onde se articulam, são avaliadas e interpretadas as contradições sócio-econômicas e culturais do País, dando-nos, portanto, o seu mais fiel retrato. (SANTIAGO, 1998, p. 171).

Considerações finais

Após observar o ambiente histórico, político - cultural no qual se inscreve a narrativa de “Os dias eram assim”, constatamos que a música contribuiu fortemente para contextualizar a narrativa com propriedade e riqueza de significações.

Assim como a narrativa textual e imagética foi elaborada para inserir o telespectador naquele tempo - espaço da repressão - valendo-se de ferramentas fortes e bem definidas, como a construção dos personagens, a reconstituição de época, a caracterização, a direção de arte, a inserção de imagens de arquivo, e o reativamento da memória através de registros jornalísticos da época, bem como de depoimentos de vítimas que ainda estão vivas -, podemos dizer que a trilha musical foi orquestrada com o mesmo cuidado e riqueza simbólica.

A música está para a narrativa assim como as imagens do passado estão postas para a memória do tempo no qual se inscreve a história. Se outras tivessem sido as canções escolhidas, talvez a dramaticidade do enredo não soasse de forma tão incisiva e com viés tão tocante.

No caso de “Os dias eram assim”, cujo roteiro revela absoluta noção de ‘carpintaria dramática’ (pegando esse termo do que é usual no universo do teatro), ou seja, todas as ações tem uma motivação, uma relação causal, uma unidade dramática sólida e as personagens são redondas, essa música ganha em expressão porque arrefece o poder da trama e potencializa as muitas significações possíveis.

Ao mesmo tempo, a construção textual-imagética realça o potencial discursivo das letras das canções e as coloca de novo no epicentro da questão política, perfazendo um traçado arquetípico relevante e singular dos anos de chumbo no Brasil.

Notas

1. Verso da música “O bêbado e a equilibrista”, de João Bosco e Aldir Blanc, lançada no LP “Linha de Passe” (1979), e gravada por Elis Regina, que consagrou a canção, conhecida popularmente como hino da Anistia.

2. Escritor inglês, autor do célebre “Admirável mundo novo”, romance escrito em 1931 e publicado em 1932. Ver em https://pt.wikipedia.org/wiki/Aldous_Huxley.

MONÓCULO FOTOGRAFICO: UMA CRÔNICA SOBRE AS RELAÇÕES E PROCESSOS DA IMAGEM ITINERANTE

*Photographic monocle: a chronicle on
the relationships and processes of the
traveling image*

Ana Angelica da Costa Menezes

E-mail: a.angelicamenezes@gmail.com

Resumo

Populares entre os anos de 1970 e 1990, os monóculos fotográficos, semelhantes a uma luneta, têm em seu interior a fotografia em filme reversível, o *slide*. Essas fotografias em dispositivos de visualização eram comumente produzidas pelos fotógrafos de rua ou itinerantes. Hoje pouco faladas e conhecidas, as fotografias em monóculos nas cidades grandes eram realizadas em circos, praias e pontos turísticos, já no interior do nordeste do Brasil em contexto religioso, nas romarias. É interessante pontuar três elementos importantes para a produção do monóculo fotográfico – a câmera, o reversível e o dispositivo de visualização. A partir de uma ação performática – O guarda-chuva amarelo – realizada na Praça Tiradentes na cidade do Rio de Janeiro, um transeunte questiona “por que a sua imagem e história seriam interessantes para uma pesquisa”. Esta abordagem ressignifica a pesquisa, conferindo a ela um olhar mais político.

Palavras-chave: Monóculo fotográfico; Fotografia itinerante; Fotografia analógica.

Abstract

Popular between the years of 1970 and 1990, the photographic monoculars, similar to a telescope, have in their interior the photograph in reversible film, the slide. These photographs on display devices were commonly produced by street photographers or itinerant photographers. Nowadays little known and spoken, monocular photographs in the big cities were held in circuses, beaches and tourist spots, already in the northeastern interior of Brazil in a religious context, in the pilgrimages. It is interesting to note three important elements for the production of the monocle photographic – the camera, the reversible and the visualization device. From a performance action – The yellow umbrella – held in Praça Tiradentes in the city of Rio de Janeiro, a passerby asks “why his image and history would be interesting for a research.” This approach resigns the research, giving it a more political look.

Keywords: Photo monocle; Traveling photography; Analog photography.

“(...) em uma sociedade tão poluída visualmente como a nossa, muito do que acontece à nossa frente passa despercebido”.

Alex Moletta

As tecnologias digitais ocupam um espaço privilegiado em nossas vidas, compõe a nossa rotina, sobretudo no âmbito da produção de imagens. Parte considerável do cotidiano contemporâneo é construída em função dessas imagens digitais, sendo elas de custo acessível, proporcionando autonomia no manuseio da tecnologia e agilidade para obtenção do produto final.

Com a modernização da sociedade a importância de se produzir imagens, sobretudo no sentido da representação do mundo e de si se alarga e ganha uma nova escala. E cada vez mais se torna crescente a apropriação do visível e invisível pelo olhar. Sobre as implicações da produção de imagens no domínio do invisível, Lissovsky e Jaguaribe discorrem “(...) antes associado ao oculto, ao misterioso e ao mágico, torna-se um território desencantado, virtualmente anexável ao visível graças ao desenvolvimento da ciência e da técnica” (JAGUARIBE; LISSOVSKY, 2007, p. 89). O encanto, diante da fotografia, tem espaço na apreensão pelo olhar e na sua capacidade de comunicar e afetar indivíduos.

As imagens digitais contrastam fortemente com as imagens analógicas que por muito tempo, ao longo da sua história, foram produzidas por profissionais da área. A inacessibilidade do aparato tecnológico, assim como o conhecimento quanto ao manuseio das máquinas limitavam as suas produções. Ocasões específicas e especiais eram fotografadas. Para fotografar um momento era preciso que ele detivesse algum mérito digno do registro e rememoração. Agora não mais apenas como arte ou ainda um documento ilustrativo, de autenticação, impresso no jornal como fora tempo atrás. A fotografia, neste momento, desempenha um papel que vai além de um objeto no cotidiano da sociedade, ela se torna um rito social.

Em época recente, a fotografia tornou-se um passatempo quase tão difundido quanto o sexo e a dança - o que significa que, como toda forma de arte de massa, a fotografia não é praticada pela maioria das pessoas como uma arte. É sobretudo um rito social (...) (SONTAG. 2004, p18).

Se décadas atrás a fotografia analógica não tinha a mesma participação no cotidiano das pessoas, para determinados grupos o acesso era menor ainda. Questões sociais e geográficas marcavam intensamente a ausência de registro da história destes indivíduos. Acompanhando essa realidade de produção das imagens analógicas, se populariza as fotografias de monóculos. Porém com algumas particularidades, em alguns aspectos amplificando a possibilidade de registro e em outros limitando a sua própria existência.

Acredito ser fundamental pontuar os três pilares que acredito e defendo ser a base constituidora destas fotografias e das suas relações – a câmera, o filme reversível e o dispositivo de visualização. Segundo o site da fabricante Olympus, a câmera Olympus Pen, foi lançada em 1959, no Japão. Considerada um dos maiores benefícios, sobretudo no aspecto comercial, para a produção do monóculo. Criadas pelo designer Yoshihisa Maitani, estas câmeras foram consideradas as compactas mais famosas da época, embora não tenham sido a primeira do tipo *half-frame* ou meio-quadro. E justamente esta peculiaridade, o quadro reduzido à metade, que possibilitou maior rentabilidade, pois passou a “dobrar” o número de fotografias. Com um filme convencional de 36mm, a Olympus Pen produzia em média setenta e duas fotografias, setenta e dois monóculos.

O filme reversível, também conhecido como *slide*, “diapositivo”, ou ainda como filme positivo, também foi fundamental para a produção de monóculos fotográficos. Além de favorecer a fotografia em qualidade e fidelidade de cor, o seu processo de revelação, o E-6, tratava-se de um método inteiramente químico, viabilizando a produção das fotografias em monóculo em cidades interioranas e no nordeste do país. Este tipo de revelação não necessitava de grande investimento em equipamentos e nem mesmo era necessária a utilização de energia elétrica. A manufatura dessa fotografia se apresentava de modo exequível em vários ambientes e até mesmo diante de uma rotina itinerante, como era comum para muitos profissionais. Bastavam a câmera, o filme positivo e as soluções para revelação das fotografias na própria película.

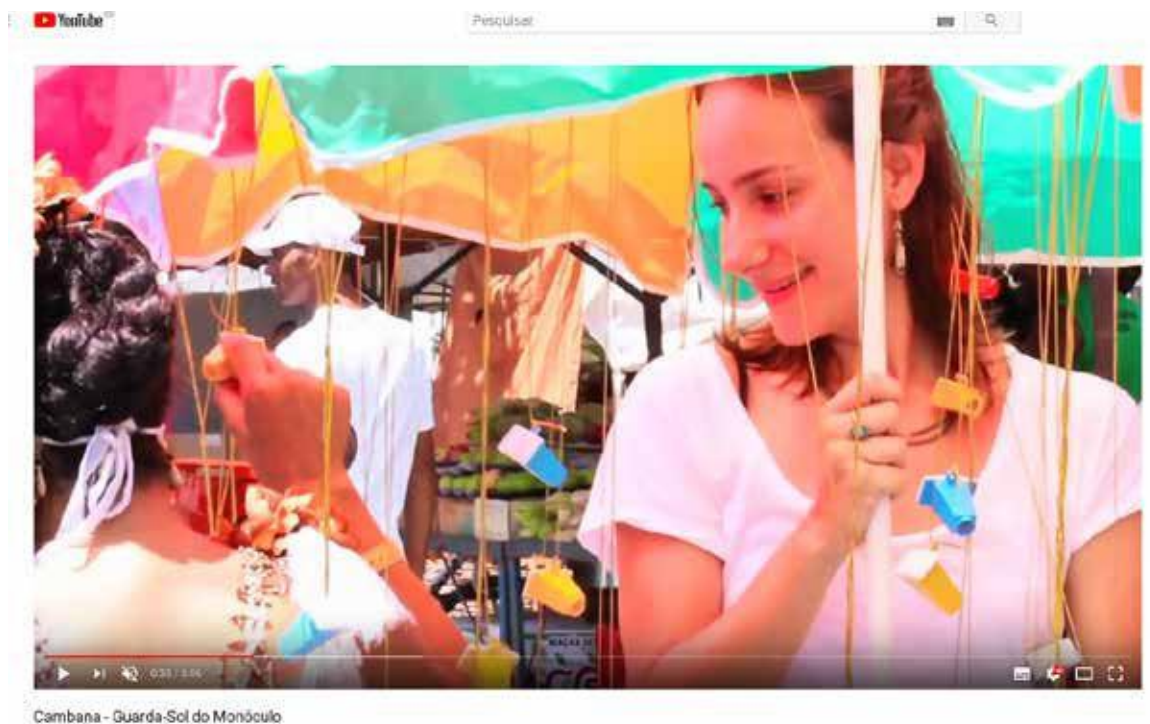
O monóculo em si, é um dispositivo de visualização, o grande responsável pelo seu reconhecimento, carisma e estima. Ele traz consigo a ideia de ludicidade e o despertar da curiosidade, do desconhecido e a potencialidade de uma possível descoberta. A busca pela origem do monóculo, Elinaldo Meira aponta para a fotografia estereoscópica que ficou conhecida por seu processo de produção e visualização de imagens. Essa técnica teve sua formulação apoiada nos fundamentos binoculares aprofundados por Leonardo da Vinci e Giovanni Battista della Porta, no século XVI, e consiste na produção de pares de fotografias de uma mesma cena para serem visualizados simultaneamente em um visor binocular específico e, dessa forma, produzir a ilusão de profundidade, a tridimensionalidade. Para conseguir tal efeito era preciso que as fotografias fossem tiradas da seguinte maneira: “(...) ao mesmo tempo com uma câmara de objetivas gêmeas, tendo os centros das objetivas separados entre si por cerca de 6,3cm – a distância média que separa os olhos humanos” (ITAÚ CULTURAL).

Fotografias como as de monóculos localizadas como produções populares comumente “aparecem como curiosidades exóticas, além de criar preconceitos e relações de subordinação” (AYALA, 2015, p. 52). E automaticamente perdem força e voz, quando não são simplesmente descartados por não se encaixarem em um padrão específico que confira oficialidade e caráter documental e até artístico.

O Guarda-chuva amarelo

Acredito que tão importante quanto apresentar dados e resultados seja fundamental falar de processo, sobretudo quando nossa área trata do subjetivo, do artístico, da construção, e desconstrução. Afinal, uma investigação que tem como objeto o fruto de relações exige uma reflexão da trajetória e que se considerem os impactos daquilo que nos atravessa quanto investigadores, pois também fazemos parte do processo.

No decorrer da construção desta pesquisa, por meio da disciplina Performance no Museu, ministrada pela professora Gabriela Lírío no Museu de Arte do Rio realizei a performance “Guarda-chuva amarelo”. Inspirada no trabalho “Guarda-sol do monóculo”. Em 2015 iniciando minhas primeiras investigações sobre monóculo fotográfico encontrei o material “Guarda-sol do monóculo” do grupo “Cambana – Itinerância artística”.



Cambana - Guarda-Sol do Monóculo

O grupo se apresenta como “um arranjo de ações artísticas discutidas colaboratorialmente e criadas através de um processo de contação e mostraçã de imagens, estáticas e em movimento, oriundas de pesquisa de campo junto a grupos ciganos/Calóns, da região do Recôncavo Baiano” (CAMBANA). O grupo integra uma pesquisa de doutorado junto ao Programa de Pós-graduação em Artes Cênicas da Universidade Federal da Bahia, sob orientação da professora Sônia

Vídeo “Guarda-sol do monóculo”, Grupo Cambana

Rangel. Os trabalhos apresentam-se sob o formato de intervenções artísticas ocorridas nas feiras livres das cidades nas quais a pesquisa de campo margeou-se. Foram realizadas por um grupo misto de criadores, auto-denominado de “bando”: fotógrafo, atriz, cenógrafo, bailarino, escritora, arquitetos, performers.

O vídeo “Guarda-sol do monóculo” é produto da pesquisa realizada com a comunidade cigana. Com o intuito de conhecer mais a respeito desse trabalho, firmar trocas de materiais e experiências, além de estabelecer uma ponte entre as pesquisas, busquei contato com a equipe. Obtive retorno da Clara Pignaton, membro do grupo, que no momento não pode me dar maiores informações sobre este trabalho e o seu andamento. Este vídeo foi referência fundamental para a produção da minha performance, desde 2015 ele vaga os meus pensamentos, mas nunca imaginei que um dia pudesse realizar um trabalho semelhante até surgir a oportunidade realizar uma ação em espaço público.

Embora a proposta de performance tenha sido inspirada no “Guarda-sol de monóculo”, no qual os objetos mantinham em seu interior as imagens, eu optei por trabalhar a retomada da memória por meio de determinadas palavras inseridas no dispositivo. Não eram quaisquer palavras. Tais palavras proferidas durante as rememorações dos observadores não eram feitas de forma aleatória, certamente detinham alguma potência na expressão livre dos afetos e memórias. Foram selecionadas seis palavras e com a colaboração da professora da disciplina “Performance no Museu”, Gabriela Lirio, e dos alunos. As palavras pensadas e sugeridas eram carregadas de força e de algum magnetismo de modo que estabeleciam uma conexão forte com as imagens que não estavam presentes no objeto, porém adormecidas no íntimo das pessoas. Eram palavras sutis, comuns, reveladoras e de alguma forma vinculadas aos monóculos.

A intenção não era falar das imagens, mas sim ouvir a história de um alguém que passa pela praça. Utilizar a força que o dispositivo em si carrega e assim atrair os olhares dos passantes curiosos e que identificassem o objeto e desta maneira conhecer histórias, possivelmente me aproximar de acervos pessoais e coletar material. Uma pesquisa de campo incitada pelo gesto performático que se faz ao espiar o monóculo aliado a potência da palavra e rememoração. Lembrança, infância, memória, lugar, tempo e sentimento.

Esta performance foi realizada três vezes em espaços distintos, do público ao institucionalizado, sendo eles a Praça Tiradentes, Praça Carioca e em uma mostra final no Museu de Arte do Rio – MAR. Foi a partir de uma conversa durante a ação performática “Guarda-chuva amarelo” realizada no evento “Bonobando na Praça



Mostra final dos trabalhos
– Performance no Museu.
Museu de Arte do Rio.
Fotos de Natália
Guimarães

Tiradentes”, que um passante, curioso ao identificar os monóculos, interpelou. O seu questionamento chamou a atenção – por que a história dele poderia ser importante para uma pesquisa? A sua descrença quanto a relevância sobre o que pessoas comuns podem falar, o que fotografias comuns podem comunicar, sobretudo no âmbito de uma pesquisa acadêmica reconfigurou este trabalho.



Evento Bonobando na
Praça. Praça Tiradentes.
Foto de Viv Ane

Uma história para guardar e contar

Historicamente, indivíduos, produções artísticas e acadêmicas que se afastam do padrão hegemônico são tidos como “subalterno”, e suas vozes tendem a ser sufocadas. Questões sociais e políticas ditadas por uma lógica hierárquica, até hoje, definem os portadores de fala e quem detém o argumento de autoridade. E essa voz que perpetua baseia-se na autoridade de quem?

É bastante fácil a um historiador dedicar a maior parte de sua atenção e de suas citações aos líderes sociais que admira, sem emitir diretamente nenhuma opinião pessoal. Uma vez que é da natureza da maior parte dos registros existentes refletir o ponto de vista da autoridade, não é de admirar que o julgamento da história tenha, o mais das vezes, defendido a sabedoria dos poderes existentes (THOMPSON, 1992, p. 26).

Seguindo essa linha, na qual a voz de uma determinada autoridade é tida como verdade e por muitas vezes incontestável que também se aplica a ideia de autenticidade e legitimidade aos registros escritos. A fotografia em monóculo é repleta de camadas de subjetivação e de aspectos que a distanciam das produções de imagens convencionadas. Esta dissimilitude em relação às fotografias tradicionais se eleva exponencialmente ao conferir à imagem de monóculo produzidas no Nordeste uma identidade de puro afeto e subjetivação motivados pelo sagrado.

Com alguma frequência nos deparamos com as mesmas questões que permeiam o campo metodológico. Questões estas que tanto se apresentam formalistas quanto cobram o rigor científico. A fotografia em monóculo apresenta várias faces de subjetivação, em si é um tipo desconsiderado pela história. Produzidas por fotógrafos itinerantes. O seu contexto se apresenta no universo da cultura popular, entre imagens turísticas e sacras. O seu dispositivo além de estabelecer uma relação muito particular com o observador também incita a rememoração acompanhada da narração.

O academicismo ancorado em uma metodologia que fomenta um modelo de pesquisa calcado em fatos e apurações objetivas dificulta o desenvolvimento do monóculo como objeto de investigação. Leituras como Pierre Bourdieu e Paul Thompson foram fundamentais para o desenvolvimento dos estudos do dispositivo em questão. Outros filósofos amparam a construção de um conhecimento que visa reaproximar o indivíduo. Walter Benjamin aponta, em “Origem do drama barroco alemão”, questões relevantes sobre a metodologia fundamentada em regras e convenções. Estas responsáveis pela reprodução de um modelo científico limitado ao passo que filtram a oficialidade das coisas e marginalizam outras.

As contribuições reflexivas de Walter Benjamin, mesmo que em obras distintas, de algum modo convergem em pensamentos críticos contra o sistema vigente na ciência. Em sua obra “Origem do drama barroco alemão”, o filósofo a partir de uma postura questionadora aponta a necessidade de buscar formas alternativas de desenvolver o conhecimento – “método é caminho indireto, é desvio” (p.50). Considerando a realidade do campo intelectual da modernidade e que se estende até hoje, sabemos que as forças que nele operam, muitas vezes, tem como base a convenção cartesiana. Aqui o produto final destas reflexões deve ser a verdade primeira, esgotando a dúvida.

(...) em vez desse grande número de preceitos de que a lógica é composta, acreditei que me bastariam os quatro seguintes, contanto que tomasse a firme e constante resolução de não deixar uma única vez de observá-los. O primeiro é de nunca aceitar coisa alguma como verdadeira sem que a conhecesse

evidentemente como tal; ou seja, evitar cuidadosamente a precipitação e a prevenção, e não incluir em seus juízos nada além daquilo que se apresentasse tão clara e distintamente a meu espírito, que eu não tivesse nenhuma ocasião de pô-lo em dúvida. O segundo, dividir cada uma das dificuldades que examinasse em tantas parcelas quantas fosse possível e necessário para melhor resolvê-las. O terceiro, conduzir por ordem meus pensamentos, começando pelos objetos mais simples e mais fáceis de conhecer, para subir pouco a pouco, como por degraus, até o conhecimento dos mais compostos; e supondo certa ordem mesmo entre aqueles que não se precedem naturalmente uns aos outros. E o último, fazer em tudo enumerações tão completas, e revisões tão gerais, que eu tivesse certeza de nada omitir (DESCARTES, 1970, p. 22-23)

É diante deste cenário que Benjamin realiza suas provas, “o objeto do saber não coincide com a verdade” (p. 52). O filósofo se direciona para o transtorno em que se torna a busca pela apropriação da “verdade” assim como os limites da ciência. Pois esse posicionamento metódico e determinista desqualifica a subjetivação como recurso, sendo este um processo intrínseco ao indivíduo que se relaciona constantemente com o meio social.

Para Benjamin, o pensamento sistemático, bem como o método científico vigente, nos distancia da verdade, pois estes pressupõem e adotam como regra a ideia de que antes de tudo é preciso dividi-la para obtê-la. Com intuito de alertar os distanciamentos e desconsiderações que esses métodos geram ao pensamento, Benjamin destaca a necessidade de resgatar a contemplação das ideias de maneira a reaproximar o homem da essência.

Assim como o comunicar, uma prática tão natural ao ser humano, tem se tornado cada vez mais distante de nós. No texto “O narrador”, Benjamin, aponta para a privação que o próprio indivíduo se impõe e o “embaraço” que se estabelece diante da possibilidade de manifestar algum relato – “É como se estivéssemos privados de uma faculdade que nos parecia segura e inalienável: a faculdade de intercambiar experiências” (BENJAMIN, p.198)

É interessante observar o uso que o autor faz de metáforas em seus apontamentos. “As ideias se relacionam com as coisas como as constelações com as estrelas” (p. 56). Com esta metáfora Benjamin critica o sistema de conhecimento e alerta que a ideia não pode ser considerada o conceito das coisas. Pois desta maneira continuaria fomentando a prática da universalização dos conceitos ao passo que lançaria à margem aqueles que não se enquadram ao conhecimento tido como tradicional.

Para conhecer as histórias das imagens arrebatadas pela fotografia, uma observação minuciosa e atenta é capaz de revelar ao indivíduo alheio àquela história múltiplas leituras. No entanto, os vestígios se revelam limitados diante da profundidade das memórias articuladas pelo indivíduo fotografado. A narração se faz fundamental na exposição da história destes pedaços de vida que, recortadas, isoladas e enquadradas, delimitam a magnitude de uma vida a uma fatia que é transportada ao longo do tempo. As histórias se amplificam diante do relato, desta maneira o trabalho do narrador, daquele que fornece os depoimentos é essencial.

Walter Benjamin, em seu texto “O narrador – considerações sobre a obra de Nikolai Leskov”, trata a importância desse momento – a narração – responsável por intercambiar as experiências em uma das primeiras fases da comunicabilidade na qual não havia o emprego de uma técnica capaz de reter o registro de forma física, durante uma época em que a única fonte era os próprios narradores. “O narrador retira da experiência o que ele conta: sua própria experiência ou a relatada pelos outros. E incorpora as coisas narradas à experiência dos seus ouvintes” (BENJAMIN, 1994, p. 201).

Para muitos historiadores, tradicionalistas, as fontes orais são tidas como subjetivas “por nutrirem-se da memória individual, que as vezes pode ser falível ou fantasiosa” (THOMPSON, p. 18). A oralidade associada ao campo do subjetivo era considerada como não oficial e comumente deslegitimada quanto fonte documental.

Pierre Bourdieu, em “A ilusão biográfica” pontua a tendência de aproximar o relato de vida aos modelos oficiais da apresentação de si, como carteira de identidade, currículo, entre outros. E desta forma afasta-se das trocas íntimas e familiares. Há um senso comum no que diz respeito falar sobre história de vida, o caminho percorrido, um percurso orientado, linear, com início, etapas e fim. Desta maneira a biografia tende a ser apresentada como uma sucessão de acontecimentos, bem como nas obras romanescas. Assim como nos documentos escritos há nestes relatos autobiográficos a necessidade de serem lógicos e coerentes gerando o reforço de uma tradição.

Produzir uma história de vida, tratar a vida como uma história, isto é, como o relato coerente de uma sequência de acontecimentos com significado e direção, talvez seja conformar-se com uma ilusão retórica, uma representação comum da existência que toda uma tradição literária não deixou e não deixa de reforçar (BOURDIEU, 1996, p. 185).

Para Thompson ao contrário do que o tradicional registro escrito reforça assim como no uso da fala de uma autoridade, a história oral abre espaço para uma reconstrução mais realista e imparcial na qual “as classes subalternas,

os desprivilegiados e os derrotados” (p. 26) são participantes ativos, pois há o compromisso com a “mensagem social da história com o mundo” (p.26). Há uma resistência das pessoas para considerar sua própria história e fala, para se enxergarem como obras, conteúdo. Há dificuldade em encontrar em si estética e poesia, seriedade, ciência, porque para tudo isso, supostamente, deve haver complexidade e algum distanciamento, sobretudo da base, do popular. E a história oral, por meio das entrevistas, busca justamente abrir caminho para o exercício da fala.

A entrevista pode revelar a verdade que existe por trás do registro oficial. Ou, então, a divergência poderá representar dois relatos perfeitamente válidos a partir de dois pontos diferentes, os quais, em conjunto, proporcionam pistas essenciais para a interpretação verdadeira (THOMPSON, 1992, p. 307).

Todo o processo de produção da fotografia em monóculo que envolve desde a máquina, passando pelo filme e até ser encapsulada no dispositivo de visualização tem o intuito de comunicar. Comunica através do corpo quando ele performaticamente se entrega ao espaço na tentativa de se ambientar e encontrar a luz que adentre a caixa para então conhecer o que ali está guardado. Assim como se comunica na contação da história, quando exterioriza o que habita o seu íntimo.

As fotografias de monóculo, produzidas em cidades pequenas do nordeste brasileiro, consideravelmente apresentem contexto religioso. Neste artigo quero mostrar uma imagem que se desvia.



“Roça de arroz”. Maranhão, 1972. Fotografia de monóculo. Acervo do autor.

Ao visualizar algumas fotografias em monóculos, Teodora, manteve o ritual de pegar um monóculo aleatoriamente, observá-lo e comentar o que a fotografia lhe oferecia quanto imagem e memória. Logo, pedaços de vida foram revelados, eram as experiências de um indivíduo transposta para uma nova realidade e apropriada pelas pessoas que ali estavam acompanhando a rememoração. Abaixo segue o trecho da narração em off referente a imagem “Roça de arroz” do curta-metragem “Rememorações”.

Meu avô, minha mãe e meus tios na roça de arroz, no interior do Maranhão. Para comprovar que investia o dinheiro do financiamento na roça, meu avô tinha que entregar fotografias da plantação para o Banco do Brasil. Minha mãe tinha 12 anos nesta época, mas conta que lembra bem do meu avô chegando em casa, dizendo que o fotógrafo estava lá e chamando os filhos para aproveitar e tirar fotos também. Minha mãe perguntou para ele se poderia levar o casal de coelhos de estimação para tirar fotos e o vovô disse que sim. Esta é a fotografia favorita da minha mãe. Ela tomou um susto enorme quando a viu, pois pensava que esta fotografia não existisse mais. Em segundos, um resgate de um momento passado da vida. Vinte anos que não via esta foto. A única fotografia de sua infância, a única fotografia de seu pai e a única fotografia com o seu pai.

A partir das fotografias em monóculos, aqui tratando especificamente a foto “Roça de arroz”, é possível desenredar o percurso histórico de uma família, seus deslocamentos no tempo e no espaço, suas tradições e até mesmo o seu julgamento sobre o que era importante ser conservado em registro físico para posteriormente ser lembrado, os eventos de uma vida dignos de rememoração.

Por meio das fotografias de família podemos acompanhar parte da trajetória da mesma, geralmente a partir do paradigma do que é considerado válido fotografar e posteriormente relembrar, as celebrações, por exemplo. Sejam os momentos de alegria, de conquista ou a realização de um sonho, fotografamos por obrigação, para fins de registro. Ocasões às quais são atribuídas a ideia de excepcionalidade, que não ocorrerão outra vez. Assim, os álbuns de família constituem uma compilação temporal e imagética da vida de determinada família e todos os seus feitos ou pelo menos parte significativa deles. Susan Sontag considera que “Por meio de fotos, cada família constrói uma crônica visual de si mesma (...)” (2004, p. 19).

Esta fotografia em monóculo foi produzida no interior do Maranhão, nordeste do país, e ela traz em seu contexto a identidade local de um povo simples, da vida sertaneja. Muitas vezes neste tipo fotográfico é presente a questão religiosa. Neste caso, a fotografia foi produzida por uma necessidade primeira de

comprobatoriedade em função das exigências do banco e em segundo plano pelo desejo de registro, de ter uma fotografia com os filhos em meio a sua plantação e arroz.

A técnica tem papel fundamental na identificação dos pormenores de uma imagem que, talvez, se dependessem apenas da memória espontânea não seriam retomados em uma rememoração. A técnica trouxe a possibilidade de análise mais profunda com a ampliação da fotografia, por exemplo. O congelamento do momento em uma imagem, por meio do registro no papel ou na película, permitiu que os detalhes que até então passavam despercebidos ganhassem o *status* de maior importância.

Sob um novo enquadramento, o qual possibilitava o olhar atento ao detalhe e que muitas vezes enveredava a percepção para um novo ângulo, como na fotografia “Roça de Arroz” acima. Nela, Teodora, ao identificar os seus coelhos de estimação, os quais já não lembrava a existência remonta um diálogo que teve com o seu pai a respeito dos animais minutos antes de tirar a fotografia. Certamente ela lembraria deste dia, mas a fotografia, esta fatia de tempo congelada, permitiu a retomada minuciosa do momento, o ponto minúsculo e às vezes oculto que se torna visível.

O exemplo da retomada que Teodora portou do breve diálogo que teve com o seu pai nos instantes que precederam a realização da fotografia na roça de arroz, a respeito de seus coelhos de estimação, também ilustra a profundidade destas reminiscências. Teodora, ao visualizar a fotografia no monóculo “Roça de arroz”, revelou a história da imagem em questão, o local, o tempo, as circunstâncias que levaram a realização da fotografia, os afetos e os fatores que a tornam emblemática e alguns detalhes que, segundo ela, até então não mais recordava.

Lemos pelas lentes dos monóculos construções memorial-afetivas, resultantes de uma articulação bem-sucedida e performática. A própria ação de olhar uma foto em monóculo também envolve um ato performático. Ergue-se o objeto para o alto, para o céu, em busca da melhor luz. E assim como o espiar, no qual se fecha um olho e o outro é mantido bem aberto e atento para observar a imagem escondida na caixa. E como em uma coreografia involuntária do corpo que se move por necessidade natural, o indivíduo se movimenta pelo espaço em busca da melhor posição, de um feixe de luz que adentre a caixinha, ilumine e revele a imagem. O simples ato de observar estas fotografias já produz uma performance.

Vejo um ponto em comum entre o monóculo e a performance. Assim como pontua Cohen na relação performance e arte – “(...) a *performance* acaba penetrando por caminhos e situações antes não valorizadas como arte. Da mesma forma, acaba tocando nos tênues limites que separam vida e arte” (2002, p. 38) – o monóculo opera por espaços pouco acolhidos pela fotografia. É um tipo de fotografia pouco difundida, pouco se fala, sobretudo as suas relações de produção e nos efeitos que

seu dispositivo conduz. É possivelmente, dentre as fotografias, a que se destaca em ludicidade, está entre as mais populares e que mais estabelece vínculos com aquele que a observa e com o seu corpo.

Apesar das fotografias de monóculo não estarem dispostas em um típico álbum fotográfico de família, também carregam a essência de uma crônica visual. A fotografia em monóculo é acondicionada de forma isolada em pequenas cápsulas que não se abrem, seu conteúdo só é acessado pelo espiar através da lente. Ela é o resultado, a extensão do movimento de captura da imagem em que se espia pela câmera o que se deseja aprisionar com a lente. E quando a imagem é finalmente apreendida na caixinha de monóculo o desejo pela revisitação também é propiciado pelo espiar por meio de uma lente, agora embutida no monóculo e não mais na câmera. Um processo pessoal e intransferível que não cessa.

ETIQUETA E CONSUMO: UMA NARRATIVA DOS MODOS DE SER EM MANUAIS DE CIVILIDADE¹

*Etiquette and consumption: a narrative of
ways of being in civility manuals*

Maria Carolina El-Huak de Medeiros

E-mail: mariacarolinamedeiros@gmail.com
PUC-Rio.

¹ Este artigo foi apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Consumo: Periodização e Perspectivas Históricas (GT3) do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

Resumo

A vinda da Corte Portuguesa para o Brasil no século XIX alterou os padrões um capital simbólico que possibilitasse o trânsito social. Este artigo pretende estudar como a literatura de civilidade mediou esse processo, possibilitando o acesso às novas formas de enunciação, aos novos modos de ser, de agir e de se relacionar em prol da formação de cidadãos dito modernos e civilizados. O objetivo de tais manuais era mais amplo do que inculcar regras de etiqueta, mas sim preparar para a vida em sociedade, considerando civilizado aquele que dominasse os códigos presentes nas relações sociais. O aprendizado de novas formas de sociabilidade se relaciona intimamente com o consumo que, como fenômeno cultural, é definidor de práticas sociais e de modos de ser. São, portanto, fenômenos típicos da experiência social da modernidade, determinantes nas relações sociais.

Palavras-chave: Sociabilidade; Consumo; Literatura de civilidade; Manual de etiqueta.

Abstract

The coming of the Court from Portugal to Brazil in the 19th century changed the sociability and behavior patterns of society, resulting in a Europeanization of customs and demanding for a symbolic capital that would allow social transit. This article intends to study how the literature of civility mediated this process, allowing access to news forms of enunciation, to new ways of being, to act and to relate in favor of the formation of modern and civilized citizens. The purpose of such manuals was more than just inculcating rules of behavior, but also preparing for coexistence in society, considering civilized as one who would know the codes present in social relations. The learning of new forms of sociability is related to the consumption that as a cultural phenomenon, defines social practices and ways of being. They are typical phenomena of the social experience of modernity, determinant in social relations.

Keywords: Sociability; Consumption; Literature of civility; Manual of etiquette.

Introdução

As sociedades precisam de códigos para regular as relações sociais. A relação entre sujeitos demanda a existência de um denominador comum, algo que se configure como linguagem, capaz de mediar o que é dito, visto, sentido entre as partes para que haja, então, comunicação. Estes códigos funcionam como mediadores, e é necessário dominá-los para dizer-se civilizado, uma vez que tais formas de trato não são naturais ao homem. O modo de ser e de agir que cada grupo social entende como civilizado é, de acordo com Norbert Elias (2011), parte de um condicionamento e de um adestramento.

Não se pode precisar quando começou uma civilização dos costumes. É certo que nenhuma sociedade se torna civilizada da noite para o dia, e tampouco o tornar-se civilizado é um acontecimento único e pontual. A civilização que nos acostumamos a considerar como uma posse que “(...) nos chega pronta e acabada” (ELIAS, 2011, p. 70) é parte de um processo em que nós mesmos estamos envolvidos. Processo esse que pode, indefinidamente, ser remontado ao passado, pois “(...) de onde quer que comecemos, observamos movimento, algo que aconteceu antes” (ELIAS, 2011, p. 71). Para compreender este movimento é relevante entender em que contextos a demanda por tornar-se civilizado fica mais latente. Considerando que a emergência das sensibilidades modernas resultou em transformações históricas, sociais e culturais que, por sua vez, transformaram também as formas de enunciação, os modos de ver, os padrões de sensibilidade e as interações entre os sujeitos (SICILIANO, 2017),² busca-se traçar uma perspectiva histórica acerca do aprendizado de novas formas de sociabilidade e sua relação com o consumo, entendendo o consumo como fenômeno cultural, definidor de práticas sociais, modos de ser, diferenças e semelhanças, sendo um fenômeno típico da experiência social da modernidade, de acordo com Rocha (2013) e determinante nas relações sociais, bem como a civilização dos costumes.

2 SICILIANO, Tatiana. Notas de aula da disciplina COM 2522, “A construção do indivíduo moderno e subjetividades contemporâneas na cultura midiática”, ministrada pela Prof. Dra. Tatiana Siciliano no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio no segundo semestre de 2017.

Civilidade, modernidade e a noção de indivíduo

A noção de indivíduo é fundamental para a construção das questões propostas. Sendo o individualismo uma questão da sociedade moderna, é relevante compreender as formas pelas quais as identidades sociais são construídas na modernidade, sob a ótica de uma civilização dos costumes e do aprendizado de novas formas de sociabilidade e mobilidade social. A transição para a Renascença é aqui considerada como marco para a preponderância do indivíduo em relação ao grupo (DUMONT, 2000; SIMMEL, 1998). Foi nesse período que a Reforma Luterana desferiu um golpe decisivo no que restava da ordem medieval, e o essencial da religião passou a funcionar de acordo com a consciência de cada cristão por si mesmo (DUMONT, 2000). Lutero tira a Igreja do lugar de mediadora entre Deus e o indivíduo, o que é consolidado com a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789, suplantando a ideia de comunidade pelo conceito de liberdade do indivíduo. A Renascença pode ser considerada, portanto, marcadora do nascimento do indivíduo moderno, produtora do que chamamos individualidade, com a superação das formas medievais de viver e se relacionar, de acordo com Simmel (1998). Roger Chartier (2009) ressalta que entre os séculos XVI e XVIII as sociedades ocidentais foram caracterizadas por um processo de privatização que incluía novas expectativas e práticas, produzindo espaços e objetos, criando uma consciência inédita de si e dos outros, com inovações arquitetônicas, literárias, afetivas e corporais.

O início da era moderna constitui um momento de incertezas. É um período de reposicionamento social e cultural e de uma complexidade mais acentuada das relações entre grupos mais diversificados. A unidade católica fora rompida, ao passo que as hierarquias rígidas da Idade Média, de acordo com Jacques Revel (2009), sofreram falhas profundas, em especial com o questionamento da sociedade cortês, e a ordem absolutista ainda não se instaurara. “(...) Essas sociedades em plena transformação precisavam de uma linguagem comum e de novos pontos de referência, já que as relações provisoriamente se tornam mais livres e densas” (REVEL, 2009, p. 177). Essa demanda por uma linguagem comum que transmita unidade a grupos diferentes é, portanto, mais latente em fases de transição e de transformações na sociedade. Mudanças sociais demandam uma nova linguagem que estabeleça novos papéis sociais, papéis esses que, enquanto não são naturalizados, precisam ser ensinados. Para Revel (2009) sociedades em plena transformação demandam mediadores que funcionem como guias para um novo mundo, capazes de incutir novas formas de sociabilidade. Novas formas de enunciação e modos de ver vão sendo construídos na sociedade moderna.

O código de civilidade estabelece uma linguagem, um modo de comportamento, que é pactuado socialmente: estabelece-se um dever ser e os partícipes do jogo

social pactuam que aquele código será utilizado como linguagem, como forma de comunicação e enunciação de si e do outro, tornando o aprendizado do código em partilha do comum. Funciona como estatuto demarcador de pertencimento social, notadamente em momentos históricos em que a mobilidade social se coloca como forma de tensão entre uma classe anterior estabelecida, segundo um código comportamental, e uma nova classe ascendente. A vinda da família real portuguesa para o Brasil, em 1808, tira a então capital, Rio de Janeiro, de um estado de colônia, impactando nesse indivíduo colonizado, que passa a buscar se adaptar aos costumes da corte europeia.

Segundo Marissa Gorberg (2013), a europeização dos costumes resultante da vinda da Corte Portuguesa alterou os padrões de sociabilidade, comportamentos e vestuário da sociedade, que passou a adotar valores estrangeiros, principalmente franceses, como sinônimo de bom gosto, sofisticação e civilização. Nesse contexto, a literatura de civilidade prolifera na cidade do Rio de Janeiro. Tratava-se de um momento em que urgiam demandas por aquisição de capital simbólico que possibilitasse o trânsito social, e que foi impactado pela literacia, ou seja, pela capacidade de usar a leitura e a escrita como forma de adquirir conhecimento para participar ativamente na sociedade, por meio da literatura de civilidade que circulava no Rio de Janeiro no século XIX quando da chegada da Corte.

O propósito dos manuais ia muito além de ensinar boas maneiras e inculcar regras de etiqueta; o objetivo era preparar as pessoas para a vida em sociedade, uma vez que dominar tais regras representava alguma superioridade a outros estratos. Os manuais de civilidade foram, então, mediadores para uma internalização de regras imperativas de comportamento, pautadas nos preceitos de polidez, elegância e cortesia, configurando-se em obras repletas de “(...) conselhos indispensáveis à aquisição de êxito nas investidas ao bom comportamento no grupo social” (CUNHA E CECCHIN, 2007, p. 4). Um indicador da relevância deste tipo de literatura no século XIX é a referência feita por Gilberto Freyre em *Casa Grande & Senzala*. “(...) ‘A sociedade tem também sua *grammatica*’, escreveu em 1845 o autor de certo *Código do bom-tom* que alcançou grande voga entre os barões e viscondes do Império” (FREYRE, 2006, p. 509). O *Código do Bom Tom* a que Freyre se refere é um manual publicado em 1845. De autoria do cônego presbítero português J. I. Roquette, a obra normatizava os rituais do Brasil Imperial e se tornou leitura obrigatória de uma aristocracia brasileira “(...) quase selvagem e distante dos grandes centros” (CUNHA, 2004, p. 1). Outro indício da difusão dessas obras no século XIX é a menção que o viajante inglês Thomas Ewbank faz aos manuais de civilidade, em seu relato sobre o comércio no Rio de Janeiro. “(...) *Escola de bem vestir* para as jovens, *Manual de Polidez* para os rústicos (...). Essas e milhares de outras coisas são vendidas durante todo o dia” (EWBANK, 1976, p. 79). Anúncios nos jornais da época também sugerem que tais livros eram indispensáveis para se familiarizar com a vida na corte. “O *Correio das Damas*, jornal português que circulou no Rio de Janeiro entre 1836 e 1850, era um dos que estampava alguns anúncios do *Manual de etiqueta e civilidade*” (RAINHO, 1995, p. 141).

As obras que constituem a literatura de civilidade fornecem informações sobre aspectos relevantes do comportamento humano, funcionando como “(...) instrumentos diretos de condicionamento ou modelação, de adaptação do indivíduo a esses modos de comportamento que a estrutura e situação da sociedade onde vive tornam necessários” (ELIAS, 2011, p. 91), mediando a compreensão de processos sociais, alguns sobre os quais temos poucas informações. É o caso do tratado escrito pelo humanista Erasmo de Rotterdam em 1530, *De civilitate morum puerilium*, que se situa na transição da Idade Média para a Renascença e, conforme Elias (2011), forma uma espécie de ponte entre as maneiras da Idade Média e os tempos modernos. Tratava-se de uma época em que uma hierarquia social mais rígida se firmava e uma nova classe social superior e uma nova aristocracia se formavam, ocorrendo transformações que, pouco a pouco, abandonavam as tradições medievais e influenciavam novos modos de ser, onde a questão do comportamento uniforme tornava-se cada vez mais importante, uma vez que cada indivíduo estava mais exposto à pressão social dos demais e do controle social.

Forçadas a viver de uma nova maneira em sociedade, as pessoas tornam-se mais sensíveis às pressões das outras. Não bruscamente, mas bem devagar, o código do comportamento torna-se mais rigoroso e aumenta o grau de consideração esperado dos demais. O senso do que fazer e não fazer para não ofender ou chocar os outros torna-se mais sutil e, em conjunto com as novas relações de poder, o imperativo social de não ofender os semelhantes torna-se mais estrito, em comparação com a fase precedente. (ELIAS, 2011, p. 87).

Assim como ocorre da Idade Média para a Renascença, em períodos de transição surgem demandas por novas formas de agir, de se relacionar, de viver. Formas capazes de regulamentar a vida em sociedade, regras descrevendo o que deve e o que não deve ser feito são modos que não apenas ajudam a estabelecer novos papéis sociais, como também dão segurança a uma sociedade frente às mudanças do período. A máxima que vigora em manuais de civilidade de todos os tempos é “(...) o comportamento social adequado é composto de normas que devem ser cumpridas em benefício dos outros e do nosso relacionamento com eles” (PILLA, 2004, p. 108). É assim desde a sociedade de corte do Rei Luís XIV, cujo papel fundamental na privatização dos comportamentos veremos adiante, e continua sendo quando falamos de interação entre os sujeitos na modernidade.

Há, pois, um intenso esforço de codificar e controlar os comportamentos, que são submetidos aos códigos de civilidade. A linguagem dos corpos é destinada aos outros, projetando o indivíduo para fora de si mesmo e submetendo-o à aprovação do grupo. A civilidade se configura, então como “uma arte, sempre controlada, da representação de si mesmo para os outros, um modo estritamente regulamentado

de mostrar a identidade que se deseja ver reconhecida” (CHARTIER, 2009, p. 165). No caso dos manuais, Revel (2009) observa que as civilidades impõem aos seus leitores comportamentos que satisfaçam as normas de uma sociabilidade cada vez mais imperativa, situando todo ato individual sob o olhar de todos, ao mesmo tempo em que convida o indivíduo a separar em si mesmo o que é mostrável, civil, do que todos, incluindo ele próprio, devem ignorar.

A emergência das sensibilidades modernas, como vimos, acarreta em transformações que impactam nas relações humanas, dado o aparecimento de esferas e domínios autônomos na experiência, na sensibilidade e no pensamento. Ela tem seu preço, requer um controle de si na relação com o outro, uma vez que “(...) todas as relações com os outros são, ao fim e ao cabo, apenas estações no caminho em busca de si mesmo. (...) Os outros existem para permitir a cada indivíduo a comparação e a visão da própria singularidade e individualidade do próprio mundo” (SIMMEL, 1998, p. 7). O aprendizado das regras de civilidade, na sociedade de corte ou nos tempos modernos, é o domínio do código, a compreensão do dever ser e de uma linguagem que possibilite a partilha do comum por meio de formas de enunciação.

As sociedades ocidentais foram caracterizadas por um processo de privatização que inclui novas expectativas e práticas, produzindo espaços e objetos, criando uma consciência inédita de si e dos outros, com inovações arquitetônicas, literárias, afetivas e corporais (CHARTIER, 2009). Nessa relação com o outro, nesse mundo em transição, os modos de ser são profundamente afetados. Na vida moderna, ora prevalece uma ética da sensibilidade, produto das condições modernas, com um “Homem de Sentimento” de Campbell (2001) configurado como tipo de caráter ideal, ora a sensibilidade como virtude se perde em função de um eu representado, por meio do uso de máscaras sociais, como aponta Goffman (1975). Tais máscaras são acionadas constantemente nos diversos palcos de representações, ou seja, nos locais onde os indivíduos são levados a agir na vida cotidiana. O indivíduo exerce múltiplos papéis em uma representação de si mesmo para os outros, e as interações funcionam de forma semelhante à lógica de atores em um palco. A máscara bem adaptada protegeria a fachada social dos atores que, assim, desempenhariam bem seus papéis.

A dinâmica de plateia e atores no palco do teatro à época do fim do Antigo Regime também é usada como metáfora por Richard Sennett (2014) para compreender o modo de ser nos espaços públicos, uma vez que o teatro foi um espaço social de ensino da civilidade para o homem ocidental. Antes restritos à aristocracia, esses espaços se abrem para a burguesia, modificando as interações sociais. Para conviver com a diversidade, pessoas estranhas umas às outras precisavam de um denominador comum, criando códigos simbólicos que pudessem tornar as relações sociais possíveis. A sociedade constrói representações de seu próprio funcionamento, representações essas que podem ser buscadas nos códigos de civilidade que, “(...) do século XVI ao XIX, codificam minuciosamente os valores

corporais e regulamentam em detalhes o sistema de comportamentos sociáveis” (REVEL, 2009). O aprendizado dessas normas media essa transição para um momento novo, representando esse denominador comum, essa partilha do dever ser, criando uma linguagem que transmita unidade perante novos modos de ser, agir e sentir nas práticas cotidianas do indivíduo moderno.

Civilidade, consumo e diferenciação social

Na trajetória da literatura de civilidade, a regulamentação da etiqueta, do gosto, do modo de vestir, de falar e de se portar tinha a mesma função, eram armas na luta por prestígio, marcando, com a prescrição de gestos concretos, as distâncias que separavam uns dos outros (CUNHA, 2004). Para Cecchin e Cunha (2007), a leitura dos manuais busca normatizar comportamentos, internalizar regras e preceitos para a formação do bom cidadão, contribuir para o desenvolvimento do caráter e consolidar práticas de higiene. O alcance destes textos formadores de bons cidadãos se inclinava inicialmente às classes mais altas, com a intenção de, justamente, distingui-las do restante da população através do refinamento de seus modos e maneiras. Nesse sentido, o conceito de etiqueta, derivado do francês *étiquette*, pode evidenciar características relevantes para a compreensão da importância desses manuais na modernidade. Na definição do *Dicionário Aurélio*, etiqueta é o “(...) conjunto de cerimônias usadas na corte ou na casa de um chefe de Estado; formas cerimoniais do trato social; formalidade, protocolo; rótulo para designar o que algo é, ou contém” (FERREIRA, 2004, p. 383).

Em *A sociedade de corte*, Elias (2001) analisa a noção de etiqueta nas relações sociais existentes no Antigo Regime. Seu objeto principal de análise é o reinado de Luís XIV, o Rei Sol, que governou a França de 1643 a 1715 e construiu, dentre outras obras, o Palácio de Versalhes. A instauração das monarquias absolutistas, com a figura central do rei, teve enorme peso na modificação dos comportamentos. Esse modelo de civilidade presente na sociedade de corte, tem centralidade na figura do Rei Sol, responsável por instaurar um complexo cerimonial onde a civilidade passa a ser distintiva. Ainda de acordo com Elias (2001), o espaço governado pela civilidade é o da existência coletiva, da sociabilidade distintiva da corte e dos salões, ou do ritual social em sua íntegra, cujas normas obrigatórias devem aplicar-se a todos os indivíduos, seja qual for sua condição. O autor estuda não um monarca, mas sua função, e analisa a corte como tendo um papel central na organização do conjunto das relações sociais, buscando compreender a sociedade que se organiza inteiramente a partir dela. Para ele, a sociedade de corte valorizava mais a posse de um título de nobreza do que a riqueza; pertencer

à corte do rei era algo extremamente valioso na escala dos valores sociais. Os juízos de valor eram submetidos ao olhar dos outros, de modo que o que era digno de esforço dependia não só da avaliação do indivíduo, mas, sim, da confirmação de que aquilo era realmente valioso também aos olhos da sociedade. Este sistema tornava praticamente impossível ao indivíduo não competir pelas oportunidades tidas como socialmente estimadas, dentre as quais a mais importante era a relação com o rei.

O privilégio da eminência social, segundo Revel (2009), cobrava dos nobres uma irrestrita submissão à autoridade do rei, envolvendo-os em um código que determinava comportamentos segundo a posição do indivíduo numa hierarquia rigorosa, na qual a etiqueta tinha o papel de regulamentar a disciplina imposta a todos. O soberano vigiava os cortesãos e eles mesmos vigiavam uns aos outros, em um controle incessante. “A corte faz da aparência sua regra social” (REVEL, 2009, p. 197), e o reconhecimento coletivo vinha através da vigilância de uns sobre os outros a fim de assegurar o respeito à etiqueta, à vestimenta, à palavra, à apresentação do corpo. Qualquer ameaça à posição que os cortesãos ocupavam, bem como qualquer perda de privilégio, significava para eles “(...) um esvaziamento de sentido de suas existências” (ELIAS, 2001, p. 95), transformando a sociedade de corte em cumpridora de um sistema carregado de tensões e disputas por prestígio. O rei Luís XIV se valia dessa disputa entre os membros da corte para reafirmar seu poder e consolidar sua posição de governante, e “(...) aproveitava suas atividades mais particulares para marcar as diferenças de nível, distribuindo suas distinções, provas de favorecimento ou de desagrado” (ELIAS, 2001, p. 102), tendo a etiqueta uma função simbólica de grande importância na estrutura dessa sociedade de corte e na forma do rei governar. Na busca por prestígio na corte os indivíduos mantinham-se atentos, e quem participava dessa estrutura hierárquica era obrigado a realizar um cerimonial que, segundo Elias (2001), era um fardo para todos os envolvidos. Embora contrariados, todos cumpriam a etiqueta, não apenas porque o rei exigia, mas porque dela dependia a existência social dos indivíduos da corte, e romper com ela significaria romper com suas condições aristocráticas:

Os privilegiados, envolvidos na rede do cerimonial, mantinham-se mutuamente nesta situação, embora a suportassem a contragosto. A pressão dos que pertenciam a um nível inferior (...) obrigava os que usufruíam de mais direitos a conservar seus privilégios. E, pelo lado oposto, a pressão de cima forçava quem estava sujeito a ela a empenhar-se para escapar; em outras palavras, impelia-os também para a esfera da concorrência por status. (...) O príncipe não queria ceder seu lugar ao duque, que não queria ceder o seu ao marquês, e todos eles juntos, constituindo a *noblesse*, não queriam e nem podiam ceder seu lugar àqueles que não eram nobres e tinham de pagar impostos. Uma atitude alimentava a outra; assim, graças ao fenômeno da pressão e da contrapressão, a engrenagem social se equilibrava. (ELIAS, 2001, p. 105).

Qualquer mudança nessa hierarquia significava uma mudança na etiqueta, de modo que a engrenagem da corte se mantinha alimentada pelas necessidades de prestígio e pelas tensões renovadas pela competição na própria corte. Essa competição também obrigava os participantes a manterem suas emoções controladas, “em favor de uma atitude precisamente calculada, com variações sutis no convívio entre as pessoas” (ELIAS, 2001, p. 126). O comportamento demandado da nobreza também era cumprido por Luís XIV, que utilizava a etiqueta não apenas como instrumento de distanciamento, mas também como forma de dominação de seus súditos. Elias (2001) cita um trecho das “Memórias” do próprio Luís XIV para demonstrar isso:

Estão grandemente enganados aqueles que imaginam tratar-se aí apenas de questões de cerimônia. Os povos sobre os quais reinamos, não podendo penetrar o fundo das coisas, pautam em geral seu julgamento pelo que veem exteriormente, e o mais frequentemente é pelas primazias e posições que medem seu respeito e sua obediência. Como é importante para o público ser governado apenas por um único, também é importante para ele que este que exerce essa função seja elevado de tal maneira acima dos outros que não haja ninguém que possa confundir ou comparar-se com ele, e podemos, sem sermos injustos para com o corpo do Estado, retirar-lhes as menores marcas de superioridade que o distingue dos membros. (ELIAS, 2001, p. 132).

Em sua análise, Elias (2001) faz uma comparação entre a atitude da sociedade de corte e da burguesia em relação ao ganho e ao gasto de dinheiro. As famílias burguesas submetem as despesas às receitas, procurando manter o consumo abaixo do que se recebe e garantindo o êxito social a partir de uma estratégia de ganhos e despesas no longo prazo. Na sociedade de corte, a lógica de prestígio é outra, há um consumo em função do *status*: gasta-se de acordo com o nível social possuído ou almejado, de modo que “(...) até o fim do século XVIII (...) o termo ‘*économie*’, no sentido de submeter os gastos aos rendimentos e à restrição planejada do consumo a fim de economizar, tem um sabor de desprezo nas bocas de aristocratas da corte”:

Aqui encontramos um outro sistema social de normas e valores, cujos mandamentos são obrigatórios para os indivíduos, a não ser quando eles renunciam à convivência em seu círculo de sociedade, à participação em seu grupo social. Tais normas não podem ser esclarecidas a partir de um mistério encerrado no peito de grande número de homens singulares; elas só podem ser esclarecidas em conexão com a figuração específica que os muitos indivíduos formam conjuntamente, e com as interdependências específicas que os ligam uns aos outros. (ELIAS, 2001, p. 85).

Para Veblen (1988) o princípio geral do sistema convencional de consumo estabelece que a classe servil industrial consome o necessário à sua subsistência e nada mais do que isso, ficando os luxos e confortos da vida pertencentes à classe superior. Essa diferenciação se observa inclusive na alimentação, sendo certos alimentos e bebidas estritamente reservados à classe superior. Segundo ele, o consumo de bens de maior excelência se torna honorífico, uma prova de riqueza, de modo que passa a determinar a maneira de viver, a educação e a atividade intelectual. Há que se cultivar o gosto a fim de se distinguir o nobre do ignóbil:

Torna-se ele (o nobre) assim um *connoisseur* dos vários graus de valor dos alimentos, das bebidas e dos adornos masculinos, do vestuário adequado, da arquitetura, das armas, dos jogos, das danças e dos narcóticos. Esse cultivo do senso estético requer tempo e esforço; portanto, ele tende a transformar sua vida de ócio num aprendizado mais ou menos árduo para uma vida correta de ócio ostensivo. Estreitamente ligado ao requisito de livre consumo da espécie correta de bens existe um outro requisito; ele deve saber consumi-los de modo adequado. Sua vida de ócio deve ser corretamente conduzida. Daí o aparecimento das boas maneiras. (VEBLEN, 1988, p. 38).

De acordo com o autor, nas “modernas comunidades civilizadas” a demarcação entre as classes sociais é “vaga e transitória”, e os códigos da boa reputação são impostos pela classe superior. As classes mais baixas entendem como “ideal de decência” os esquemas de vida impostos pela classe mais alta. “Sob pena de perder seu bom nome e respeito próprio em caso de fracasso, devem eles, pelo menos na aparência, conformar-se com o código aceito” (VEBLEN, 1988, p. 41). Essa abordagem das classes subordinadas buscando pertencer às classes superiores através da imitação, enquanto as classes superiores renunciam aos antigos marcadores para abraçar novos, buscando diferenciação, está presente também na teoria do *trickle-down* de Simmel e retomada em *Cultura e Consumo* por McCracken (2003), que faz uma análise histórica do consumo a partir de três momentos decisivos: o período elisabetano na Inglaterra do século XVI, o boom no século XVIII e a consolidação do consumo no século XIX. No reinado de Elisabeth, que governou de 1558 até sua morte, em 1603, houve a criação de espetáculos teatrais dedicados à monarca e ao engrandecimento de seu poder na corte. Para obter a atenção da rainha, os nobres eram persuadidos a abandonar seus sítios no campo e irem à corte, passando a conviver em um ambiente socialmente competitivo ao qual não estavam habituados. O distanciamento da sua localidade tornava os nobres cada vez mais dependentes do favor real e os levava a um excesso esbanjador de consumo como forma de obter posição social. Hábitos e comportamentos considerados adequados eram associados ao consumo como meios de manutenção ou elevação do *status* social.

Enquanto no período elisabetano o consumo era, em grande parte, restrito aos nobres, no século XVIII cresce o número de pessoas que se tornam aptas a consumir. Houve, nas palavras de McCracken (2003), um crescimento explosivo do consumo no espaço e no tempo, com o consumo “(...) começando a se instalar em mais lugares, sob novas influências, desempenhado por novos grupos, em busca de novos bens e em função de novos propósitos sociais e culturais” (McCRACKEN, 2003, p. 43). No século XIX, a transformação – iniciada no século XVI e que se expandiu no século XVIII – já era um fato social permanente, segundo o autor. Sociedade e consumo passam a estar intimamente ligados em uma relação dinâmica, contínua e permanente, conduzindo uma “(...) perpétua transformação do Ocidente” (McCRACKEN, 2003, p. 43).

O que seria, afinal, o consumo? Na definição do *Dicionário Aurélio*, consumo é “ato ou efeito de consumir, de gastar; uso de mercadorias e serviços para satisfação de necessidades e desejos humanos” (FERREIRA, 2004, p. 261). Já o verbo consumir tem como significados “corroer até a destruição, destruir; gastar (bens de consumo ou produção) pelo uso; adquirir bens de consumo ou produção” (FERREIRA, 2004, p. 261). De acordo com Livia Barbosa e Colin Campbell (2006), o termo consumo deriva do latim *consumere*, que significa usar tudo, esgotar e destruir, e do termo em inglês *consummation*, que significa somar e adicionar. No Brasil o significado de consumo ficou mais próximo da dimensão negativa, visto como “(...) alienação, falta ou perda de autenticidade e um processo individualista e desagregador” (BARBOSA, CAMPBELL, 2006, p. 21), moralmente inferior ao campo da produção, do trabalho. Enquanto não trabalhar é um estigma, não consumir seria uma qualidade. Everardo Rocha (2010) observa que se fala em Revolução Industrial como algo sério e positivo e, em sociedade de consumo de forma pejorativa.

McCracken (2003) defende que a “grande transformação” do Ocidente incluiu não somente uma Revolução Industrial, mas também uma revolução do consumo. O autor define o consumo moderno como sendo um artefato histórico, cujas características atuais são resultado de séculos de mudanças sociais, econômicas e culturais no Ocidente. Assinala que cultura e consumo têm uma relação sem precedentes no mundo moderno e observa o consumo como um fenômeno totalmente cultural. Para ele, o consumo é muito mais amplo do que o ato de comprar, e sua definição deve incluir os processos pelos quais os bens e serviços de consumo são criados, comprados e usados. Os bens de consumo são carregados de significado cultural, e os consumidores utilizam esse significado com propósitos também culturais. Nas sociedades desenvolvidas ocidentais a cultura é profundamente ligada e dependente do consumo. Desse modo, o autor dialoga com a clássica definição de Douglas e Isherwood (2013) de que os bens são neutros, seus usos são sociais.

De acordo com Rocha (2015),³ nas pesquisas que investigam as origens do ser humano a primeira pergunta a ser feita quando um objeto é encontrado é se ele é um fato geológico ou um artefato. A diferença entre fato geológico e artefato se dá na sua relação com o conjunto: enquanto o primeiro é aleatório, o segundo adquire seu significado ao fazer parte de um conjunto no qual os objetos estabelecem relações entre si, dotando-os, assim, de sentido recíproco. Essa ideia fornece uma chave importante para a compreensão do que é consumo, onde nada tem significado isoladamente, ainda que pareça. Diferentemente dos demais seres que sabem o que fazer a partir do seu nascimento, pois são biologicamente determinados, o ser humano precisa ser moldado culturalmente. Como fenômeno cultural, o consumo só existe para o outro, em um grupo; ele se explica somente pelo coletivo. Nada existe como cultura material enquanto não for socialmente compartilhado. Para Douglas e Isherwood (2013) nada tem valor por si mesmo, já que este valor é conferido pelos juízos humanos. Assim, o valor de cada coisa depende do seu lugar em relação a objetos complementares. Os bens são como bandeiras que assinalam os alinhamentos sociais, alinhamentos esses que regem a vida social. Mas, ainda segundo os autores, os bens de consumo não são meras mensagens; eles constituem o próprio sistema, de modo que, se tirados da interação humana, tudo é desmantelado. O argumento é que todos os bens são portadores de significado, mas nenhum o é por si mesmo. “O significado está nas relações entre todos os bens, assim como a música está nas relações marcadas pelos sons e não em qualquer nota” (DOUGLAS, ISHERWOOD, 2013, p. 118).

Os bens funcionam também como instrumentos de mudança e carregam um registro de categorias e de princípios culturais, de acordo com McCracken (2003). Sendo assim, a primeira atitude de um grupo que intenciona inovar é dispensar os bens de consumo que carregam sua definição convencional. Em seguida, começa a adotar os bens de outros grupos, para assim experimentar e talvez se apossar das propriedades significativas que neles residem. Para Rocha (2010), o domínio do consumo é aquele no qual homens e objetos são postos em contato, e é pelo consumo que algumas das práticas mais humanas encontram espaço de realização. “Pelo consumo, os objetos diferenciam-se diferenciando (...) os homens entre si. O consumo é, no mundo burguês, o palco das diferenças” (ROCHA, 2010, p. 84). A definição de consumo e da razão de consumirmos tem, para Campbell (2006), uma série de respostas amplamente aceitas, desde a satisfação de necessidades até a emulação dos outros, a busca do prazer, a defesa ou a afirmação de um *status* etc. Contudo, ao procurar entender por que o consumo tem tanta importância na vida das pessoas, conclui-se que talvez esteja suprimindo uma função muito mais importante do que apenas satisfazer motivos ou intenções

3 Anotações feitas em aula durante a disciplina COM 2515, Comunicação e práticas de consumo, ministrada pelo Prof. Dr. Everardo Rocha no segundo semestre de 2015 no PPGCOM da PUC-Rio.

específicos que incitam seus atos individuais. Em outras palavras, é possível que o consumo tenha uma dimensão que o relacione com as mais profundas e definitivas questões que os seres humanos possam se fazer, questões relacionadas com a natureza da realidade e com o verdadeiro propósito da existência – questões do “ser e saber”.

Considerações finais

Na perspectiva do consumo como fenômeno cultural e definidor de práticas sociais, típico da experiência social da modernidade (ROCHA, 2013), consumo e etiqueta estão intimamente relacionados, ambos diretamente ligados à questão do comportamento. Ao consumir, os indivíduos não buscam apenas a posse de um objeto; possuir determinados objetos diz algo sobre os grupos em que são inseridos, representando identidades culturais, desejos, modos de vida e aspirações sociais. Tanto os nobres participantes do cerimonial na sociedade de corte de Luís XIV, quanto os que consumiam buscando prestígio na era elisabetana, desejavam o pertencimento, ora através do consumo, ora através da etiqueta (ROCHA, FRID e CORBO, 2016). Os manuais de civilidade oferecem aos seus leitores a promessa de acesso aos modos corretos de se inserirem em uma sociedade moderna e, nela, se ajustarem adequadamente. Assim, o consumo aproxima-se do “tornar-se civilizado” que os manuais de civilidade e etiqueta vêm tentando ensinar ao longo dos séculos.

Na perspectiva de Elias (2011), a forma como nos relacionamos não expressa a “natureza humana”, o tratamento que dispensamos cotidianamente uns aos outros é resultado de condicionamentos, de “adestramentos” da sociedade. Esse treinamento social, cultural e extensivo às práticas corriqueiras e banais, como também as situações excepcionais e ritualísticas, nos tornam civilizados em razão do desejo de nos portarmos como um determinado grupo, com objetivo de nos inserirmos e demonstrarmos que o dinheiro, em algumas circunstâncias, e as boas maneiras, em inúmeras outras, significa pertencimento, inclusão, modos de ser e de viver em sociedade.

GERAÇÕES E COMPORTAMENTO DE CONSUMO - O EFEITO DE COORTE NA PREFERÊNCIA PELO PRODUTO CULTURAL ÍDOLOS DA TELEDRAMATURGIA BRASILEIRA

*Generations and consumption behavior -
the cohort effect on the preference for
idols as a cultural product of Brazilian
television drama*

Mario Rubens Carneiro

E-mail: mariorubens.phd@gmail.com
ECO/UFRG.

Resumo

Estudos a respeito dos efeitos de coortes sobre preferências por diversos produtos culturais levantaram evidências da existência de um período de maior sensibilidade na vida dos consumidores, no qual se desenvolvem gostos perenes levados por toda a vida. Estas conclusões oferecem a alternativa da segmentação por coortes geracionais e fornecem mais informações sobre as preferências e o comportamento dos consumidores. Este artigo aplica a teoria a um poderoso produto cultural, a teledramaturgia, investigando se as preferências pelos seus ídolos sofrem os efeitos de coorte. Assim também amplia o escopo de estudos anteriores, visando generalizar ainda mais a teoria. Os resultados revelaram consistências com a teoria existente e estudos anteriores, levantando várias interpretações e implicações interessantes para os profissionais de marketing, particularmente para segmentação de públicos e endossos de propagandas.

Palavras-chave: Coorte geracional; Comportamento do consumidor; Efeito de coorte; Produtos culturais; Teledramaturgia.

Abstract

Studies about cohort effects on the preferences of many cultural products revealed evidences for the existence of more sensitive period on the consumer's life, when tastes are developed and carried for the whole life. These conclusions show the alternative of generational cohort segmentation and, give more information about consumer behavior. This article applies this theory to a powerful cultural product, investigating if preference for the soap operas stars are influenced to cohort effect theory, seeking to broaden the scope of previous studies by aiming to further generalize cohort theory. The results revealed consistencies with the existing theory and previous studies, raising several interesting interpretations and implications for marketers, particularly for market segmentation and ads endorsements.

Keywords: Generational cohort; Consumer behavior; Cohort effect; Cultural products; Soap operas.

Introdução

O tema geral deste artigo é a formação de um grupo de indivíduos com hábitos, preferências e comportamentos semelhantes, formados em virtude de experiências compartilhadas durante uma mesma época vivida em um mesmo período crítico de suas vidas. Tal período é considerado crítico por representar um momento mais sensível e propício à formação e consolidação de valores, atitudes e comportamentos perenes. Estudos anteriores (Holbrook e Schindler, 1994) sugerem que é possível determinar qual é este período sensível para a formação de preferências por produtos culturais, ou seja, determinar quando, em que época da vida das pessoas, são desenvolvidas tais preferências que serão mantidas pelo resto de suas vidas.

A linha guia por trás deste trabalho é a Teoria de Coortes. Um coorte pode ser definido como um grupo de indivíduos que viveram as mesmas experiências em um mesmo período de suas vidas (Ryder, 1965; Motta, Rossi e Schewe, 1999; Rentz e Reynold, 1991; Rentz, Reynolds e Stout, 1983; Riley 1973). Os efeitos dessa combinação são chamados de “Efeitos de Coortes” e, entre outras vertentes, permitem a formação dos “Coortes Geracionais”, conceito por trás dos termos que se tornaram corriqueiros na mídia tais como: Geração Z, Geração Y ou *Millennials*, Geração X, Baby Bomers etc.

A descrição psicográfica de uma geração deve ser abrangente suficiente para caracterizar o grupo em relação a diversas atitudes e comportamentos, inclusive hábitos de consumo. No entanto, isto vai além do escopo deste trabalho. Aqui, foca-se exclusivamente no compartilhamento pelas diversas gerações da preferência por um produto cultural específico e muito relevante no mercado brasileiro.

As telenovelas são o principal produto da TV brasileira. Elas apresentam conteúdos para as mais diversas classes sociais, discutem temas polêmicos, geram envolvimento e suscitam emoção de tal forma que mesmo aqueles que não as acompanham, delas tomam conhecimento e por elas são direta ou indiretamente atingidos (Figueiredo, 2003).

Nenhum outro produto cultural tem a abrangência que os ídolos da teledramaturgia brasileira têm sobre a população em geral. (Mattos, 2002). Com exceção de épocas de Copa do Mundo; e, talvez, de Olimpíadas, são as estrelas da televisão que povoam a imaginação da população. Tratando da realidade na ficção e muitas vezes desdobrando a ficção em realidade. A principal força da telenovela reside justamente na cotidianização de sua narrativa – um mundo de ficção ‘real’ paralelo ao qual a população tem acesso em horas marcadas (Pignatari, 1984).

É fácil constatar a presença dos ídolos da teledramaturgia em diversas propagandas, endossando os benefícios de diferentes produtos, o que sugere a percepção dos profissionais de marketing sobre a força desses ídolos junto ao consumidor.

Portanto, entender os mecanismos pelos quais os consumidores desenvolvem suas preferências por tais ídolos, certamente agrega informações valiosas a estes profissionais, auxiliando em suas decisões estratégicas, melhorando tanto a adequação quanto a eficiência das mensagens publicitárias. Além de permitir testar o alcance dos postulados da Teoria de Coortes.

Objetivo

O estudo investiga se a preferência por ídolos masculinos e femininos da teledramaturgia origina-se de efeitos de coorte. Isto é, se existe um período, específico, mais sensível na vida tanto de homens como de mulheres, no qual é formada a preferência por ídolos masculinos e femininos da teledramaturgia brasileira. De forma que estas preferências sejam mantidas por toda a vida. Assim esta pesquisa amplia o escopo dos estudos realizados nessa área em busca de uma generalização da teoria.

Neste caminho, de forma mais detalhada, o presente estudo investiga: se existe uma idade específica em torno da qual ocorre a formação da preferência por produtos culturais, aqui representados pela teledramaturgia brasileira; se existe um ponto máximo onde ocorre a preferência, tanto para homens como para mulheres, por ídolos masculinos e femininos da teledramaturgia brasileira; se a preferência por ídolos da teledramaturgia brasileira difere de homens para mulheres; se a preferência por ídolos da teledramaturgia brasileira difere de ídolos masculinos para ídolos femininos; além de ainda verificar a existência de diferenças entre as preferências de homens e mulheres por atores e atrizes.

Marco teórico de referência

Segundo Holbrook e Schindler (1994), estudos sobre efeitos de coorte podem reduzir a adivinhação na hora de atender às necessidades estéticas do consumidor, pois estes estudos auxiliam a examinar elementos e estilos aos quais um público-alvo específico foi exposto durante um período mais sensível de suas vidas para o desenvolvimento de gostos específicos, período este referido por Mannheim (1952) como “anos de formação”. A relevância de tais estudos também se dá pela constatação de que quanto mais profundo o conhecimento de valores, hábitos, comportamentos e preferências do consumidor, melhores serão os resultados alcançados.

A natureza perene das preferências formadas como efeito de coortes se deve ao fato de terem por base valores, que são as raízes do comportamento e têm menor probabilidade de mudar durante o curso da vida. Por conta disso a segmentação por coortes auxilia também na compreensão do processo cognitivo dos comportamentos em resposta a estímulos de marketing (Motta, Rossi e Schewe, 2002). Desta forma, permite que os profissionais de marketing otimizem suas ações e obtenham as respostas desejadas.

Os efeitos de coorte têm sido estudados sobre a preferências por diversos produtos culturais, tais como: música popular, aparência física, filmes de longa metragem e atores de Hollywood. Todos estes estudos tentaram determinar a existência de um determinado período na vida de um indivíduo no qual tais preferências são desenvolvidas.

Entre estes estudos encontra-se o de Holbrook e Schindler (1989) que pesquisaram a existência de efeitos de coorte sobre as preferências por música popular. Concluindo que os estilos de músicas preferidos eram populares quando os respondentes estavam no período final da adolescência e início da vida adulta. O que sugere que tal preferência encontra uma janela de oportunidade para seu desenvolvimento neste período, mais propenso ao estabelecimento de laços sociais.

A música popular também foi objeto do estudo desenvolvido por Motta e Kitajima (2005) que confirmou a existência de um período mais propenso à formação das preferências musicais justamente no final da adolescência e início da vida adulta, em um contexto brasileiro.

Ainda no Brasil, Bonn (1999), verificou-se a existência de efeitos de coortes na preferência do público por filmes de cinema. Já nos EUA, a existência de um período de maior sensibilidade na vida das pessoas, também foi comprovada,

para o desenvolvimento tanto de preferências por aparência pessoal (Holbrook e Schindler, 1993), como de preferências por atores e atrizes de cinema (Holbrook e Schindler, 1994).

Os resultados encontrados tanto para diferentes produtos culturais na mesma cultura, assim como para o mesmo produto cultural em diferentes culturas, impulsionam a teoria em direção a uma generalização, onde os comportamentos, valores e atitudes do consumidor apresentam mecanismos comuns de formação, indiferente às diferenças culturais. É no esforço de ratificar estes resultados e ampliar as pesquisas na área que se encaixa o presente trabalho.

Dentre os principais estudos anteriores destacam-se as investigações e os resultados encontrados, por Holbrook e Schindler (1994) que realizaram um estudo sobre gostos dos americanos por ídolos de Hollywood, comprovando a influência de efeitos de coortes ao demonstrar a existência de um período na vida dos pesquisados mais sensível à formação de preferências levadas por toda a vida. Os resultados de uma análise de regressão sobre notas normalizadas dadas aos objetos de estudo revelaram uma curva que possuía formato de U invertido e apresentou um pico aos 17,9 anos. Indicando que seria este o período principal no qual as preferências investigadas se formam de maneira que não mais se alterarão ao longo da vida das pessoas.

Outro estudo, sobre preferências por músicas populares (Holbrook e Schindler, 1989), demonstrou que as preferências dos pesquisados recaíam sobre músicas que fizeram sucesso no período em que os respondentes encontravam-se no final da adolescência e início da vida adulta. Esta pesquisa apresentou um pico de 23,47 anos. No Brasil, Motta e Kitajima (2005), confirmaram a teoria e encontraram um pico aos 18,64 anos para a preferência por música popular.

Assim, como extensão destes e outros estudos anteriores, foram levantadas as hipóteses aqui investigadas:

H1: Existe um período específico na vida das pessoas em que se desenvolvem as preferências por ídolos da teledramaturgia brasileira.

H2: Existe um ponto máximo onde ocorre a preferência das pessoas por ídolos da teledramaturgia brasileira, e este ponto deve encontrar-se no final da adolescência e início da vida adulta.

A faixa de idade considerada por esta hipótese tem por base estudos anteriores, onde segundo Holbrook e Schindler (1989) consideraram este período variando entre 16 e 24 anos. O período pode ainda ser mais específico, como sugerem Meredith e Schewe (1991), ficando entre 17 e 22 anos.

Outras hipóteses aqui apresentadas dão sequência ao trabalho de Kitajima (2004) onde as preferências de homens e mulheres são investigadas também de forma separada, encontrando-se valores de 18,21 e 19,86 anos respectivamente para o ponto máximo onde ocorre a preferência musical.

Com isso, seguem abaixo outras hipóteses a serem verificadas por este estudo:

H3: Existe um ponto máximo onde ocorre a preferência dos homens por ídolos da teledramaturgia brasileira.

H4: Existe um ponto máximo onde ocorre a preferência das mulheres por ídolos da teledramaturgia brasileira.

Outras informações interessantes encontradas em estudos anteriores advêm da pesquisa realizada por Holbrook e Schindler (1994), que encontrou valores a respeito da preferência por atrizes e atores discriminadamente. A preferência por atores apresentou um baixo pico de 2,4 anos, enquanto que a preferência por atrizes apresentou pico de 29,2 anos. Já a preferência de mulheres por atrizes mostrou um pico em 47,4 anos enquanto que a preferência de homens por atrizes indicou um ponto máximo em 18.1 anos.

Com base nestes resultados o presente estudo pretende investigar também as hipóteses abaixo apresentadas:

H5: Existe um ponto máximo onde ocorre a preferência das pessoas por ídolos femininos da teledramaturgia brasileira.

H6: Existe um ponto máximo onde ocorre a preferência das pessoas por ídolos masculinos da teledramaturgia brasileira.

Metodologia

Para facilitar a compreensão de como este trabalho foi realizado, o processo foi dividido em quatro etapas, apresentadas a seguir:

Após a pesquisa de livros, sites e revistas especializados, bem como premiações no setor, foram totalizados 827 nomes, a partir dos quais iniciou-se o processo de triagem por meio de entrevistas qualitativas e questionários submetidos ao público em geral, a fim de verificar a notoriedade de cada artista.

O processo que levou ao questionário final deu-se da seguinte forma:

- (i) 30 questionários com 827 nomes foram distribuídos e analisados, a partir dos resultados foram eliminados os nomes que não receberam nenhum voto de reconhecimento;
- (ii) Com os 562 nomes restantes: outros 30 questionários, foram repassados e 10 entrevistas qualitativas foram realizadas. Depois disso foram eliminados aqueles que não fossem fundamentalmente atores ou atrizes de telenovela (como apresentadores, jornalistas, humoristas etc.). Com isso o estudo passou a ser mais focado, deixando de lado a ideia inicial de abranger ídolos da televisão em geral para tratar de ídolos da teledramaturgia em específico.

O resto dos 562 atores e atrizes foram divididos e alocados em 8 grupos (clusters) 1950 a 1964, 1965 a 1969, 1970 a 1974, 1975 a 1979, 1980 a 1984, 1985 a 1989, 1990 a 1994 ou 1995 a 2000. O processo de alocação dos artistas por grupo levou em consideração o ano de estreia do ator /atriz na teledramaturgia nacional. A lista dos trabalhos de cada artista na teledramaturgia brasileira por ordem cronológica, da mais recente para a mais antiga, foi acessada através do site www.dirce.com.br (no portal globo.com) no link calçada da fama. Para minimizar distorções, nos casos em que a estreia se deu no limite de um cluster/ para outro, ou nos casos em que a estreia ocorreu em um cluster mas a carreira do artista só deslançou no cluster seguinte, o artista foi alocado no cluster em que possuía ao menos dois trabalhos realizados.

Dando continuidade a este processo, foram selecionados os 8 artistas mais votados por clusters, sendo necessariamente os 4 homens mais votados e as 4 mulheres mais votadas de cada um, o que totalizou 128 nomes. Então, 11 questionários com 128 nomes foram distribuídos e analisados. Selecionando-se os 4 mais votados por clusters, num total de 64 nomes. Estes 64 artistas restantes foram analisados a fim de garantir que houvesse uma paridade entre o reconhecimento dos artistas de cada cluster, que comporiam a ferramenta de pesquisa final, por parte de todas as faixas etárias a serem estudadas. Chegando-se a um resultado satisfatório com 48 artistas. Desta forma, com um reconhecimento apontado acima de 80% por todos os clusters em todas as faixas etárias, chegou-se ao número final de 48 artistas, sendo 3 homens e 3 mulheres em cada um dos 8 clusters.

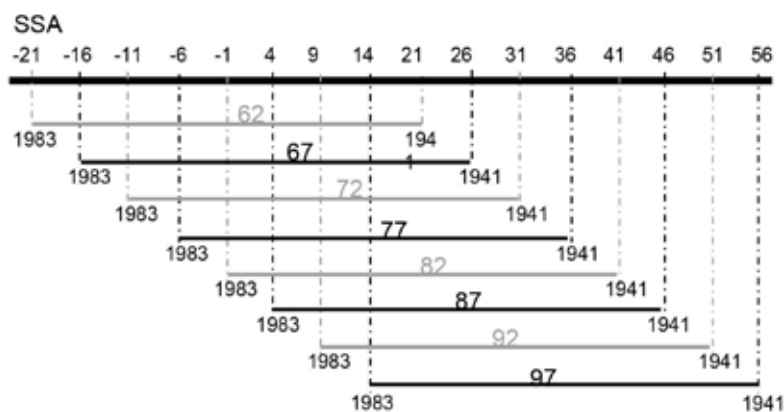
Um questionário estruturado foi elaborado, submetido a sucessivas baterias de pré-testes e seleções onde foram selecionados os artistas finais a serem utilizados como objeto de estudo. Com o instrumento de pesquisa validado, iniciou-se a coleta dos dados finais. Os questionários foram distribuídos pessoalmente e por e-mail, em um processo de bola de neve, que durou 5 semanas. Assim, 500 questionários foram distribuídos e 354 foram preenchidos e devolvidos. Em virtude do fenômeno a ser pesquisado, foram escolhidos os entrevistados que nasceram até 1983, ou seja, tinham pelo menos 21 anos quando a pesquisa aconteceu e, no outro extremo, respondentes que nasceram desde 1941, ou seja, aqueles os indivíduos tinham no máximo 21 anos em 1962, o ano estabelecido como uma referência para os ídolos mais velhos. Os dados da pesquisa de campo obtidos por meio do questionário final foram tabulados obedecendo aos seguintes critérios: a escala de preferência oferecia as opções 'eu o/a odeio', 'eu não gosto dele/dela', 'sou indiferente a ele/ela', 'eu gosto dele/dela' 'eu o/a adoro', recebendo notas de 1 a 5 respectivamente (observação: artistas marcados com a opção "eu não o conheço" receberam nota 3 para não alterar o resultado final).

Etapa 3: Normalização das Respostas e Aquisição da Variável Latente

As notas dos artistas foram normalizadas subtraindo-se cada uma pela média de todas, de forma a somarem zero. Com isso, foram afastados possíveis vieses na variação das notas de cada respondente. A variável latente foi formada considerando-se o ano de referência do artista subtraído do ano de nascimento do respondente. O ano de referência do artista por sua vez foi dado como o ponto médio do cluster ao que o artista pertence. Neste estudo segue-se a nomenclatura utilizada por Holbrook e Shindler (1994) que chamam esta variável de SSA (Star-Specific Age).

Assim, a interpretação da variável latente, SSA, é que ela representa a idade do respondente no ano em que o artista começava na teledramaturgia aproximadamente, uma vez que o artista pode ter estreado em qualquer um dos anos componentes do cluster a que pertence. Então para cada ponto da SSA foi computada uma média normalizada da preferência pelos ídolos da teledramaturgia de todos os respondentes que geravam o mesmo ponto.

A SSA variou de -21 a 56. Assim, forneceu 78 pontos, cujas médias normalizadas foram utilizadas para gerar a curva estudada nesta pesquisa. Observou-se também que a idade dos respondentes variou em um intervalo de 43 anos (de 1941 a 1983) e esta é a razão pela qual cada cluster gera 43 pontos que se sobrepõem em alguns casos. Lembrando que cada um dos 8 clusters possui 6 artistas, cada participante é capaz de gerar 48 notas normalizadas para 8 SSAs diferentes. Os pontos SSA ao longo de todo o estudo foram gerados de acordo com o quadro abaixo:



Geração do SSA

A hipótese 1 foi verificada utilizando-se do ano de nascimento do respondente, ponto médio do cluster em que o artista foi alocado e nota dada para cada artista. Seguindo-se o processo descrito anteriormente, foram computadas as médias das notas de cada artista para cada variável SSA. Em seguida foram geradas uma representação gráfica e uma regressão de segunda ordem acompanhada dos índices fit do modelo.

A hipótese 2 foi verificada a partir da equação obtida na regressão rodada para os dados utilizados na hipótese 1. Uma vez que a curva apresentava formato de U invertido, seu ponto máximo foi identificado no ponto tangente tocante à curva (assíntota horizontal), portanto igualando-se a zero a derivada primeira desta curva de segunda ordem pode-se verificar a hipótese 2.

As hipóteses 3, 4, 5 e 6 foram verificadas pelo mesmo processo das hipóteses 1 e 2. Sendo que para a hipótese 3 foram considerados somente as notas dadas por respondentes homens, para a hipótese 4 somente as notas dadas por mulheres, para a hipótese 5 foram consideradas as notas de homens e mulheres somente para ídolos masculinos (só para atores) e analogamente para a hipótese 6 foram consideradas as notas de homens e mulheres somente para ídolos femininos (só para atrizes).

Resultados e Discussão

Depois que os primeiros resultados foram obtidos, uma limpeza de dados foi necessária em virtude da distribuição das respostas recebidas. Portanto, 13 artistas não foram considerados pelos seguintes critérios: por não ser indicado como preferência por nenhum dos respondentes, ou por ser identificado como uma preferência universal para todas as faixas etárias (por exemplo, ser um artista altamente reconhecido capaz de transcender gerações ou por ser um grande sucesso durante o momento da pesquisa, passível de efeitos no período). Esses artistas apresentaram uma distribuição multimodal quando as notas dadas foram plotadas por respondente em relação ao ano de nascimento. Logo em seguida, os seguintes resultados consideraram os 35 artistas restantes.

Hipótese 1: Existe um período específico na vida das pessoas em que se desenvolvem as preferências por ídolos da teledramaturgia brasileira.

Com base nos estudos de Holbrook e Schindler (1994) e (1989), esperava-se que a relação entre a variável latente, SSA, que representa a idade do respondente no ano em que o artista surgiu na teledramaturgia, e a preferência pelos artistas, dispostas pelas médias das notas normalizadas, apresentasse um formato de U invertido. (Gráfico 1). Por esta razão, um modelo de regressão de segunda ordem foi gerado, apresentando a seguinte função: $y = -0,000317x^2 + 0,011814x - 0,043857$, atingindo um R^2 de 0,54.

Este modelo confirma H1. identificação da curva em formato de U invertido é imediata e também é possível a identificação de um período na vida dos respondentes em torno de 17 a 23 anos, onde a preferência é maior que nos demais.

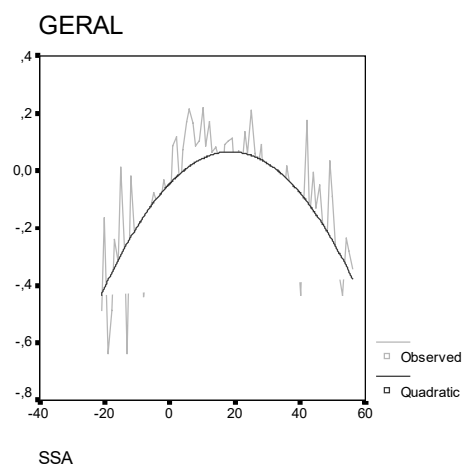


Gráfico 1: Distribuição Médias Normalizadas por SSA para 35 artistas.

Hipótese 2: Existe um ponto máximo onde ocorre a preferência das pessoas por ídolos da teledramaturgia brasileira, e este ponto deve encontrar-se no final da adolescência e início da vida adulta.

A partir da comprovação da hipótese H1 foi possível utilizar a equação da curva gerada pela regressão de segunda ordem, a fim de encontrar o ponto onde a variável latente, SSA encontra o valor máximo na preferência expressa pela média das notas normalizadas dadas pelos respondentes aos artistas.

Com este intuito, a derivada primeira da equação da curva ($y = -0,000317x^2 + 0,011814x - 0,043857$) foi extraída e igualada a zero: $y' = 0 \rightarrow x = 18,63$.

Desta forma vê-se que a preferência por ídolos da teledramaturgia brasileira tem seu ponto máximo por volta dos 18,63 anos, confirmando a expectativa de sua existência entre 16 e 24 anos e caracterizando o período de final da adolescência e início da vida adulta, o que sustenta a hipótese proposta.

Este resultado encontrado corrobora fortemente estudos anteriores. Não só com objetos de estudos similares, como públicos similares e outros produtos culturais.

Estudando o público brasileiro Kitajima (2004) encontrou, em pesquisa sobre preferências musicais, um ponto máximo em 18,64 resultado praticamente idêntico ao encontrado no trabalho aqui apresentado.

A distinção ocorrida entre os resultados obtidos por Holbrook e Schindler (1989) para preferências por músicas populares entre norte-americanos, com ponto máximo entre 23 e 24 anos, e o resultado obtido com músicas populares para brasileiros (Kitajima, 2004) de 18,64; não teve a mesma distância se compararmos a presente pesquisa aos resultados obtidos por Holbrook e Schindler (1994) para ídolos do cinema americano.

No trabalho sobre ídolos do cinema Holliwoodiano Holbrook e Schindler (1994) encontraram o ponto máximo em 13,9. Mas este valor encontrava-se fortemente influenciado por efeitos de nostalgia (não considerados nesta presente pesquisa). Descontando-se os efeitos da atitude favorável em relação ao passado os autores encontraram um novo ponto máximo por volta de 17,9 anos.

Hipótese 3: Existe um ponto máximo onde ocorre a preferência dos homens por ídolos da teledramaturgia brasileira.

Para o teste desta hipótese foram consideradas apenas as respostas fornecidas pelos homens. A partir destas foram geradas uma representação gráfica (Gráfico 2) e uma regressão de segunda ordem das preferências dos homens pelos ídolos, de ambos os sexos, da teledramaturgia brasileira pelas variáveis latentes, SSAs.

Determinando-se a derivada primeira da equação da curva encontrada ($y = -0,000302x^2 + 0,009735x - 0,032772$) e igualando-a a zero pode-se identificar o ponto SSA em que a preferência por ídolos atinge seu maior valor (média das notas normalizadas): $y' = 0 \rightarrow x = 16,12$. Portanto, quando somente as respostas dos homens são consideradas o ponto máximo da preferência por ídolos se dá aos 16,12 anos de acordo com a curva em formato de U invertido encontrada. Confirmando a hipótese. Um valor bem próximo ao encontrado por Kitajima (2004) para a preferência máxima de homens brasileiros por música popular, aos 18,21.

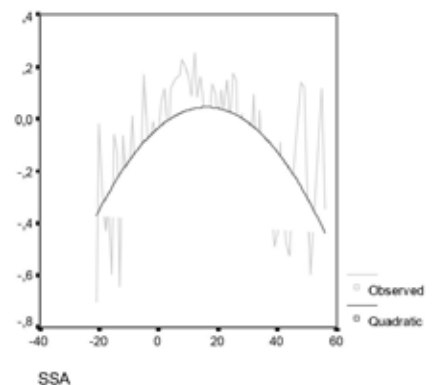


Gráfico 2: Distribuição médias normalizadas por SSA só dos homens.

Hipótese 4: Existe um ponto máximo onde ocorre a preferência das mulheres por ídolos da teledramaturgia brasileira.

Da mesma forma que na hipótese anterior, essa hipótese foi testada considerando-se somente as respostas fornecidas pelas mulheres. A partir destas foram geradas uma representação gráfica (gráfico 3) e uma regressão de segunda ordem das preferências das mulheres com as variáveis latentes, SSAs.

Determinando-se a derivada primeira da equação da curva encontrada ($y = -0,000214x^2 + 0,012223x - 0,0349956$) e igualando-a a zero pode-se identificar o ponto SSA em que a preferência por ídolos atinge seu maior valor (média das notas normalizadas): $y' = 0 \rightarrow x = 28,56$.

Portanto, quando somente as respostas das mulheres são consideradas o ponto máximo da preferência por ídolos se dá aos 28,56 anos de acordo com a curva encontrada.

Como parâmetro de comparação resultados encontrados por Kitajima (2004) para a preferência máxima de mulheres brasileiras por música popular foi 19.86 anos. Uma idade expressivamente menor do que a que encontrou-se nesta pesquisa.

O que sugere que o período de maior sensibilidade para as mulheres escolherem músicas é substancialmente anterior ao período de maior sensibilidade para a escolha por ídolo da teledramaturgia.

Entretanto este resultado também deve ser olhado com cautela, pois além da capacidade do modelo apresentado em explicar a variação dos dados também ser questionável, pois os índices de ajuste do modelo apresentaram-se como *multiple* $R = 0,59$ e $R^2 = 0,35$; o próprio formato da curva apenas sugere uma tendência em apresentar o formato de U invertido.

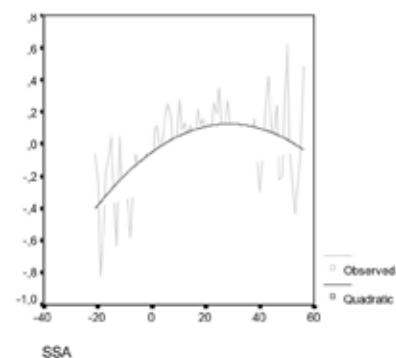


Gráfico 3: Distribuição média normalizada por SSA apenas para mulheres

Hipótese 5: Existe um ponto máximo onde ocorre a preferência das pessoas por ídolos femininos da teledramaturgia brasileira.

Essa hipótese foi testada considerando-se as respostas fornecidas por homens e mulheres somente para as atrizes. Com os resultados, foram geradas uma representação gráfica e uma regressão de segunda ordem das preferências das mulheres com as variáveis latentes, SSAs.

Determinando-se a derivada primeira da equação da curva encontrada ($y = -0,000343 x^2 + 0,015634 x - 0,088020$) e igualando-a a zero pode-se identificar o ponto SSA em que a preferência por ídolos femininos atinge seu maior valor (média das notas normalizadas): $y' = 0 \rightarrow x = 22,79$.

A capacidade do modelo acima em explicar a variação dos dados foi verificada através de índices de ajuste como *multiple R* = 0,69 e $R^2 = 0,48$.

Este valor é um pouco mais baixo em comparação com o encontrado por Holbrooks e Schindler (1994) como máximo SSA de 29,2 anos para escolha por atrizes. Todavia, a curva em forma de U invertido e o valor máximo encontrado confirmam a hipótese.

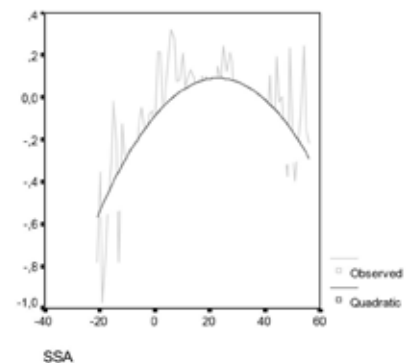


Gráfico 4: Distribuição média normalizada pela SSA apenas para atrizes

Hipótese 6: Existe um ponto máximo onde ocorre a preferência das pessoas por ídolos masculinos da teledramaturgia brasileira.

Similarmente ao caso anterior essa hipótese foi testada considerando-se as respostas fornecidas por homens e mulheres somente para os atores. A partir dos resultados, foram geradas uma representação gráfica e uma regressão de segunda ordem das preferências das mulheres com as variáveis latentes, SSAs.

Novamente determinando-se a derivada primeira da equação da curva encontrada ($y = -0,00007609x^2 - 0,00001199 x - 0,180907$) e igualando-a a zero pode-se identificar o ponto SSA em que a preferência por ídolos femininos atinge seu maior valor (média das notas normalizadas): $y' = 0 \rightarrow x = -0,08$.

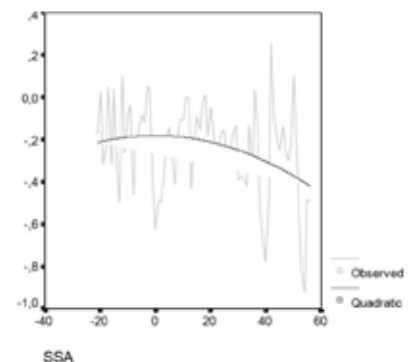


Gráfico 5: Distribuição média normalizada por SSA apenas para atores

Importante ressaltar a capacidade do modelo apresentado em explicar a variação dos dados, verifica-se através dos índices de ajuste $\text{multiple } R = 0,31$ e $R^2 = 0,10$ que o modelo não consegue descrever bem a distribuição dos dados. Devem haver outras variáveis agindo no resultado que não foram consideradas por este estudo.

O valor máximo obtido por volta dos zero anos é interpretado como se a preferência por atores se desse aos zero anos, como isso é impossível, entendemos que os ídolos masculinos preferidos iniciaram suas carreiras no mesmo ano em que os respondentes nasceram.

Holbrooks e Schindler (1994) também encontraram um valor muito baixo, por volta dos 2,4 anos. E sugeriram que a longevidade das carreiras dos ídolos masculinos do cinema norte-americano influenciou este valor para baixo. O que não aconteceu com os ídolos femininos pois segundo os autores suas carreiras são mais curtas pelo fato de lhes serem mais cobrada a beleza física.

Este fato pode ter se repetido no caso da teledramaturgia, entretanto sugere estudos mais aprofundados a fim de melhor explicar os resultados obtidos.

Além disso, a curva representada graficamente distancia-se do formato de U invertido esperado.

Conclusões, limitações e recomendações

Na presente pesquisa os ídolos da teledramaturgia brasileira foram escolhidos como objeto de estudo a fim de se verificar a existência de efeitos de coortes na formação das preferências das pessoas por produtos culturais, tal escolha reflete a dimensão que estes atores e atrizes ocupam no cotidiano e na cultura do brasileiro em geral, através das novelas televisivas, que são o principal produto do mais popular veículo cultural do país. A teoria de coortes que serviu como guia para este trabalho tem papel fundamental para ajudar a compreender melhor alguns comportamentos de grupos de consumidores, auxiliando na previsão de demandas e no direcionamento de ações de marketing.

Ao aplicar os conceitos da teoria em um novo objeto e no contexto brasileiro, este estudo ajudou a ampliar o escopo dos trabalhos já realizados nesta área, em busca de uma generalização da teoria de forma a permitir uma globalização com a sua gradativa confirmação em diferentes países e culturas. Entretanto, cabe salientar que esta pesquisa não buscou verificar a formação de coortes geracionais, o que implicaria uma análise muito mais abrangente a fim de caracterizar grupos de pessoas com características em comum (e distintas de outros grupos) sobre diversas atitudes e comportamentos, em função de experiências compartilhadas em fases similares da vida (ou seja, como consequência de efeitos de coortes). Limitou-se aqui à comprovação da existência dos seus efeitos de coortes sobre um produto cultural específico.

O resultado obtido apresentou conformidade com a teoria existente e com estudos prévios, confirmando a hipótese de que existe um período específico na vida das pessoas em que se desenvolvem as preferências por ídolos da teledramaturgia brasileira. Tal resultado foi encontrado através da constatação de uma curva em formato de U invertido gerada a partir de uma equação obtida em uma regressão, com base em notas normalizadas dadas pelos respondentes em um questionário ao avaliarem suas preferências por diversos representantes do objeto de estudo de diferentes épocas. Este formato de U invertido sugere que existe um período mais sensível à formação das preferências investigadas.

Dentro deste período o ponto máximo encontrado para a preferência apontou 18,63 anos. Segundo esta verificação os artistas preferidos dos consumidores brasileiros surgiram para a teledramaturgia quando esses consumidores estavam no final da adolescência e início da vida adulta. Considerando-se este período, tanto dos 16 aos 24 anos (Holbrook e Schindler, 1989), como mais especificamente dos 17 aos 22 anos (Meredith e Schewe, 1991). Confirmando-se desta forma também a segunda hipótese de que: existe um ponto máximo onde ocorre a preferência das pessoas por ídolos da teledramaturgia brasileira, e este ponto deve encontrar-se no final da adolescência e início da vida adulta.

Também foram confirmadas as hipóteses relativas à existência de um ponto máximo onde ocorre a preferência dos homens e das mulheres, separadamente, por ídolos da teledramaturgia brasileira. Sendo a preferência máxima dos homens aos 16,12 e das mulheres aos 28,56 anos. Se comparados aos resultados encontrados também no Brasil, mas para preferência por música popular onde obteve-se 18,21 anos para homens e 19,86 para mulheres (Motta e Kitajima, 2005), vê-se que os homens brasileiros formam suas preferências por ídolos teledramatúrgicos próximo, porém ainda um pouco antes, de formar sua preferência por música popular, já as mulheres formam sua preferência por estes ídolos bem depois do período esperado e encontrado para a música. Os porquês destas diferenças não foram discutidos na presente pesquisa.

A hipóteses que verificava a existência de um ponto máximo onde ocorre a preferência das pessoas por ídolos femininos da teledramaturgia brasileira foi confirmada com a constatação do ponto máximo aos 22,79 anos, ainda no período descrito como adolescência diferentemente dos 29,2 anos encontrados por Holbrook e Schindler (1994).

No caso da hipótese que verificava a existência de um ponto máximo onde ocorre preferência das pessoas por ídolos masculinos, não só encontrou-se um valor inesperado, -0,08 anos, como apresentou-se uma curva que distancia-se um pouco do formato esperado de U invertido, além de não ser satisfatória para explicar a distribuição (*multiple R* = 0,31 e R^2 = 0,10). Conforme já dito, outros parâmetros desconsiderados pelo modelo podem estar agindo sobre o resultado.

Vale ressaltar que em estudos anteriores Holbrook e Schindler (1994) também encontraram a respeito da preferência por atores um baixo pico de 2,4 anos e limitaram-se a especular sobre os fatores responsáveis por este valor. A repetição deste fato pelo resultado desta pesquisa levanta uma questão interessante para ser estudada mais profundamente em trabalhos futuros.

Os valores encontrados devem ser entendidos com cautela devido às limitações desta pesquisa. Questões relacionadas com fatores internos como: mudanças biológicas e hormonais; e fatores externos como: vivências sociais, laços afetivos, senso de coletividade, relacionamento com amigos do colégio, faculdade, trabalho entre outros, podem ter agido e portanto, ajudariam a explicar os resultados e/ou as diferenças aqui encontrados com relação a outros estudos, mas estas questões não são tratadas neste trabalho, ficando inclusive como sugestão para estudo futuros.

De qualquer forma, as informações aqui obtidas permitirão uma série de ações direcionadas a mercados específicos determinados por coortes. O reconhecimento dos ídolos preferidos de um determinado público-alvo pode ajudar desde a ambientação de bares, restaurantes e locais temáticos voltados

para públicos com faixa etária específica; bem como, na escolha de artistas para endossos em propagandas (fato frequente que movimenta grande quantidade de dinheiro a cada ano), aumentando a eficácia dessas comunicações.

Além disso, os resultados encontrados ratificam a teoria ampliando-a em direção a uma generalização, ao confirmar a existência de um período mais sensível à formação de preferências por produtos culturais.

Com estes achados o presente trabalho colabora com o estabelecimento de uma generalização gradativa sobre a existência do fenômeno de período de maior sensibilidade para o desenvolvimento de preferências que seriam levadas por toda a vida, fornecendo assim mais subsídios para os profissionais de marketing, auxiliando em suas decisões, no desenvolvimento de novos produtos, e tornando mais eficazes seus estímulos publicitários bem como toda forma de comunicação com o público-alvo.

As informações aqui obtidas permitem reduzir o 'achismo' utilizado na hora de satisfazer necessidades estéticas dos consumidores, já que são fornecidos subsídios para examinar elementos e estilos aos quais um determinado público alvo estava exposto quando encontravam-se no período de maior sensibilidade de suas vidas para o desenvolvimento de gostos específicos.

Igualmente permitem uma gama de ações direcionadas a públicos específicos delimitados por coortes. O reconhecimento dos ídolos de maior preferência por parte de determinado público-alvo pode auxiliar na decoração de bares, boates, restaurantes; enfim, lugares temáticos com ambientação específica a públicos de idades específicas.

Também recomenda-se, haja visto o grande número de propagandas endossadas por celebridades televisivas (e a volumosa soma de dinheiro investida por anunciantes todos os anos), a utilização dos resultados deste trabalho para melhor adequar os artistas escolhidos nos endossos publicitários aos gostos do telespectador/consumidor desejado, aumentando a eficácia destes comerciais.

Além disso, outras ideias podem surgir com a utilização das informações aqui levantadas a fim de obter maior apelo junto aos consumidores através de seus vínculos com os ídolos da teledramaturgia brasileira, uma vez verificada não só a longevidade das preferências, mas sobretudo elucidado boa parte do mecanismo de formação destas preferências.

BIBLIOGRAPHY

RAFIA



- CARRASCOZA, J. A. *Razão e sensibilidade no texto publicitário*. São Paulo: Futura, 2005.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. (1979). *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.
- FLEMING, J. E. The Bicycle Boom and Women's Rights. *The Gettysburg Historical Journal*. Gettysburg College: Vol. 14, Article 3, 2015. p. 13-26.
- GARVEY, E. "Reframing the Bicycle: Advertising-Supported Magazines and Scorching Women". In: *American Quarterly*. Vol 47. No. 1. Mar, 1995. p. 66-101.
- KOPYTOFF, I. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. In: APPADURAI, A. *A vida social das coisas: a mercadoria sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2010.
- MACY, S. *Wheels of Change: How women rode the bicycle to freedom (with a few flat tires along the way)*. Washington: *National Geographic Magazine*, 2011.
- MCCracken, G. *Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Tradução: Fernanda Eugênio. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- MCVEIGH, B. J. How Hello Kitty commodifies the cute, cool and camp: 'consumutopia' versus 'control' in Japan. *Journal of Material Culture*, v. 5, p. 225- 245.
- MILLER, D. *Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material*. Tradução: Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

- _____; WOODWARD, S. *Blue Jeans: the art of the ordinary*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 2012.
- RAINHO, M. C. T. *A cidade a moda: novas pretensões, novas distinções* – Rio de Janeiro, século XIX. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.
- ROCHA, E.; FRID, M.; CORDO, W. *O paraíso do consumo: Émile Zola, a magia e os grandes magazines*. Rio de Janeiro: Mauad/PUC-Rio, 2016.
- SCHETINO, A. M. *Ciclismo e Modernidade: apontamentos sobre a invenção da bicicleta e os primórdios do ciclismo no Rio de Janeiro*. *Anais do XXIV Simpósio Nacional de História – História e multidisciplinaridade: territórios e deslocamentos*, São Leopoldo: Unisinos, 2007.
- SIMMEL, G. *La mode. Lá tragédie de La culture et autresessais*. Marselha: Rivages, 1988.
- STEVENSON, NJ. *Cronologia da moda: de Maria Antonieta a Alexander McQueen*. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- STONE, L. *The clothes that kill*. *Wood River Times*. Hailey, p.1. 19 ago. 1887.
- STRANGE, L. S.; BROWN, R. S. *The Bicycle, Women's Rights, and Elizabeth Cady Stanton*. *Women's Studies*. Ed. 31. UK: Taylor & Francis, 2002, p. 609-626.
- VERDÚ, R. C. *La emancipación femenina de cimonónica através Del denuedo velocipédico*. *Femeris: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, Vol. 2, No. 2, 2017, p. 119-136.
- WARD, M. *Bicycling for Ladies*. Nova York: Bretano's, 1896.

ARTIGO: A influência do “Quarteto Mágico” na Telenovela Brasileira:
Análise do impacto de quatro autores na formação da narrativa ficcional televisiva

- ALENCAR, Mauro. Eternas emoções: A questão do remake na telenovela brasileira. In: UNIrevista – Vol.1, nº 3, Rio Grande do Sul, Universidade do Rio dos Sinos, jan./2006.
- ANZUATEGUI, Sabrina. O grito de Jorge Andrade: A experiência de um autor na telenovela brasileira dos anos 1970. USP: tese de doutorado. 2012.
- AUTORES: Histórias da teledramaturgia, livro 1. Memória Globo. São Paulo: Globo. 2008.
- BOURDIEU, Pierre. Campo intelectual e projeto criador. In: POUILLON, Jean (org.). Problemas do estruturalismo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 1968.
- CANCLINI, Néstor García. Culturas híbridas. São Paulo: Edusp. 2006.
- CAVALCANTE, Maria Imaculada. Do romance folhetinesco às telenovelas. OPSIS, Revista do NIESC, Vol. 5, 2005.
- DEBORD, G. A Sociedade do Espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto. 1ª edição, 1997.
- FERREIRA, Mauro. Nossa Senhora das Oito – Janete Clair e a Evolução da Telenovela no Brasil. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2003.
- GOMES, Dias. Apenas um subversivo – Autobiografia. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 1998.
- HALBWACHS, M. A memória coletiva. Trad. de Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.
- HALL, S. Estudos culturais e seu legado teórico. In: SOVIK, L. Da diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- HAMBURGER, Esther. Telenovelas e interpretações do Brasil. Lua Nova, São Paulo, 82: 61-86, 2011.

- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Telenovela como recurso comunicativo*. In: MATRIZES. São Paulo: ECA/USP/Paulus, ano 3, nº 1. 2009. p. 21-47.
- MAIOR, Marcel Souto. *Almanaque da TV Globo*. São Paulo: Globo, 2006.
- MOTTER, Maria Lourdes. *A telenovela: documento*. Revista USP, São Paulo, nº48. Dezembro/fevereiro 2001.
- MUNIZ, Lauro Cesar. *Nos bastidores da Telenovela*. Comunicação e Educação, São Paulo, set./dez. 1995.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. "A renovação estética da TV". In: RIBEIRO, A. P. G., SACRAMENTO, I. e ROXO, Marco (orgs.). *História da televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto. 2010.
- RIBEIRO, Roberto Mesquita. *Jorge Andrade e o drama moderno no Brasil*. Fênix – Revista de História e Estudos Culturais. Universidade Federal da Paraíba (UFPB): Vol. 2 Ano II nº 4. Novembro/ Dezembro de 2005.
- RIDENTI, Marcelo. *Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, do CPC à era da TV*. Rio de Janeiro: Record. 2000.
- SACRAMENTO, Igor. *Dias Gomes com opinião: O individual e o coletivo na consolidação da dramaturgia nacional popular*. Revista Baleia na Rede – Estudos em arte e sociedade. Vol. 9, n. 1, 2012-b.
- _____. *Nos tempos de Dias Gomes: a trajetória de um intelectual comunista nas tramas comunicacionais*. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ. 2012-a.
- SODRÉ, Muniz. *Best-seller: A literatura de mercado*. São Paulo: Ática. 1985.

ARTIGO: A esperança dança na corda bamba de sombrinha¹ – A sinestesia música e audiovisual em Os dias eram assim

- ALENCAR, Mauro. *A Hollywood brasileira*. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.
- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BALOGH, Anna Maria. *O discurso ficcional na TV: sedução e sonhos em doses homeopáticas*. São Paulo, EdUSP, 2002.
- COMPARATO, Doc. *Roteiro: arte e técnica de escrever para cinema e televisão*. Rio de Janeiro, Nórdica, 1983.
- ECO, Umberto. *Seis passeios pelos bosques da ficção*. São Paulo, Companhia das Letras, 1994.
- FERNANDES, Ismael. *Memória da Telenovela Brasileira*. São Paulo: editora Brasiliense, 1987.
- FIALLO, Délia (1995): “La telenovela, el viejo melodrama que nunca muere”, en *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, n.º 91 (3º trimestre, 1995), pp. 15-18.13
- FIGUEIREDO, Ana Maria C. *Teledramatugia brasileira: arte ou espetáculo?* São Paulo: Paulus, 2003.
- JOST, François. *Seis lições sobre televisão*. São Paulo, Sulina, 2004.
- LEITE, Chiappini Moraes (1985): O foco narrativo. São Paulo, Ática. LEMOS, André (2007). “Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pósmassivas e territórios informacionais”, en *Matrizes*, vol. 1, n.º.1, pp. 121-137.
- LOPES, Maria Immacolata V. de (2003): “Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação”, en *Comunicação & Educação*, vol. 9, n.º 26 (ene. -abr., 2003), pp. 17- 34.
- LOPES, Maria Immacolata V. de (2009): “Telenovela como recurso comunicativo”, en *Matrizes*, vol. 3, n.º.1, pp. 21-4
- MEYER, Marlyse. *Folhetim: uma história*. São Paulo: Cia das Letras, 1996.

- MUNIZ, Lauro César (1995): Nos bastidores da telenovela, en *Comunicação & Educação*, vol. 2, nº 4 set/dez.
- OMAR, Arthur. *Cinema: música e pensamento*. In: *O cinema no século*. Org: Ismail Xavier. Rio de Janeiro: editora Imago, 1996.
- PALLOTTINI, R. (1998): *Dramaturgia de televisão*. São Paulo, Moderna.
- SANTIAGO, Silviano. "Democratização no Brasil -1979-1981 (Cultura versus Arte)". In: ANTELO, Raul et al (org.). *Declínio da arte, ascensão da cultura*. Florianópolis: Letras Contemporâneas/Abralic/Obra Jurídica, p. 11-23.
- SODRÉ, Muniz. *A Máquina de Narciso*. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.
- _____. *A narração do fato*. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2009.
- TÁVOLA, Artur da. *A Liberdade do Ver*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- _____. *A Telenovela Brasileira – história, análise e conteúdo*. Rio de Janeiro: editora Globo, 1996.
- VELOSO, Caetano. *Verdade Tropical*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- VERÓN, Eliseo. *A Produção de Sentido – São Paulo*: editora Cultrix, 1980.
- XAVIER, Ismail – *O discurso cinematográfico*. São Paulo: editora Paz e Terra, 2005.
- WINGSTEDT, Johnny. *Narrative music: Towards an Understanding of Musical Narrative Functions in Multimedia*. Tese (Doutorado em música). Luleå: School of Music, University of Technology, Sweden. In: *Revista Sonora*, 2016, vol. 6, número 11, <http://www.sonora.iar.unicamp.br> Acesso em 30 nov. 2017.
- WISNIK, José Miguel. *Machado maxixe: o caso Pestana*. São Paulo: editora Publifolha, 2008.

- AYALA, Maria Ignes Novais. "Cultura popular e temporalidade". In: AYALA, Maria Ignez Novais e AYALA, Marcos. (Orgs). *Metodologia para a pesquisa das culturas populares: uma experiência vivenciada*. Crato: Edson Soares Martins Ed., 2015.
- BENJAMIN, W. *Origem do Drama Barroco Alemão*. Trad. br. Sergio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- BENJAMIN, Walter. "O Narrador- Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov". In: *Obras Escolhidas: Magia, Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BOURDIEU, Pierre. A ilusão biográfica. In: AMADO, Janaina & FERREIRA, Marieta M. (orgs.). *Usos e abusos da história oral*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996, p. 183-191.
- CAMBANA – ITINERÂNCIA ARTÍSTICA. Disponível em: <https://cambana.wordpress.com/> (Acesso em 15 de junho de 2019).
- COHEN, Renato. *A performance como linguagem*. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- DESCARTES, R. *Discurso do método*. Trad. br. João Cruz Costa. São Paulo: Ed. de Ouro, 1970.
- ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL. Disponível em <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3865/fotografia-estereoscopica>>. Acesso em 15 de junho de 2019.
- JAGUARIBE, Beatriz; LISSOVSKY, Mauricio. O visível e os invisíveis: imagem fotográfica e imaginário social. In: JAGUARIBE, B. *O choque do real*. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.
- MEIRA, Elinaldo. *Monóculo? Só se for aqui! Na minha terra é binoclo*. São Paulo: Perse, 2015.
- MOLETTA, Alex. *Criação de curta-metragem em vídeo digital: uma proposta para produções de baixo custo*. São Paulo: Summus, 2009.
- OLYMPUS. Disponível em <[https://www.olympus.pt/site/pt/c/cameras/pen_cameras/pen_f_cameras/pen_f/index.html?icid=stage-5248388%20|%20PEN%20-%20Learn%20more%20|%20\(stage-item%20stage-bright%20pos-right-top%20current\)>](https://www.olympus.pt/site/pt/c/cameras/pen_cameras/pen_f_cameras/pen_f/index.html?icid=stage-5248388%20|%20PEN%20-%20Learn%20more%20|%20(stage-item%20stage-bright%20pos-right-top%20current)>)> Acesso em 15 de junho de 2019.
- REMEMBRANÇAS (filme). Direção: Angélica Menezes, 2015. 10min.
- SONTAG, Susan. *Sobre fotografia*. Trad.: Rubens Figueiredo. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2004.
- THOMPSON, Paul. *A voz do passado: história oral*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

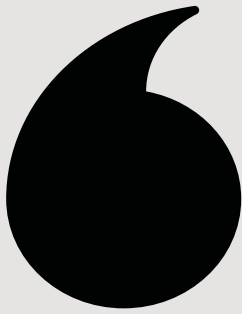
- BARBOSA, Livia, CAMPBELL, Colin (orgs). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- CAMPBELL, Colin [1987]. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CAMPBELL, Colin. *Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- CECCHIN, Cristiane, CUNHA, Maria Teresa Santos. *Tenha modos! Educação e sociabilidades em manuais de civilidade e etiqueta (1900-1960)*. Departamento de História. Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc). X Simpósio Internacional Processo Civilizador. São Paulo: Unicamp, 2007.
- CHARTIER, Roger [1986] (org.). *História da vida privada, volume 3: da Renascença ao Século das Luzes*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- CUNHA, Maria Teresa Santos. *Os dizeres das regras: um estudo sobre manuais de civilidade e etiqueta*. Universidade do Estado de Santa Catarina. Santa Catarina, 2004.
- DOUGLAS, Mary, ISHERWOOD, Baron [1978]. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013 (Coleção Etnologia).
- DUMONT, Louis [1983]. *O individualismo: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- ELIAS, Norbert [1969]. *A sociedade de corte: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- ELIAS, Norbert [1939]. *O processo civilizador, volume 1: Uma História dos Costumes*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- EWBANK, Thomas. *Vida no Brasil, ou Diário de uma visita à terra do cacauzeiro e das palmeiras*. Belo Horizonte: Itatiaia, São Paulo: Edusp, 1976.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Miniaurélio: o minidicionário da língua portuguesa*. 6ª edição. Curitiba: Positivo, 2004.
- FREYRE, Gilberto [1933]. *Casa-grande & senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. 51ª ed. São Paulo: Global, 2006.
- GOFFMAN, Erving [1956]. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Editora Vozes, 1975.

- GORBERG, Marissa. *Parc Royal: um magazine na modernidade carioca*. Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – CPDOC. Programa de Pós-Graduação em História, Política e Bens Culturais. Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 2013.
- McCracken, Grant. *Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003 (Coleção Cultura e Consumo / coordenação Everardo Rocha).
- PILLA, Maria Cecília Barreto Amorim. *A arte de receber: distinção e poder à boa mesa – 1900-1970*. Curitiba, 2004.
- RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. *A distinção e suas normas: leituras e leitores dos manuais de etiqueta e civilidade – Rio de Janeiro, século XIX*. Acervo, Rio de Janeiro, v. 8, número 1-2, p. 139-152, jan/dez 1995.
- REVEL, Jacques [1986]. *Os usos da civilidade*. In: *História da vida privada, volume 3: da Renascença ao Século das Luzes*. Organização de Roger Chartier. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- ROCHA, Everardo, FRID, Marina, CORBO, William. *O paraíso do consumo*. Rio de Janeiro: Mauad/Editora PUC-Rio, 2016.
- ROCHA, Everardo [1985]. *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. 4ª edição. São Paulo: Brasiliense, 2010.
- ROCHA, Everardo [2004]. *Os bens como cultura: Mary Douglas e a antropologia do consumo*. Prefácio à primeira edição brasileira. In: DOUGLAS, Mary, ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013 (Coleção Etnologia).
- SENNET, Richard [1974]. *O declínio do homem público*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.
- SIMMEL, Georg [1903]. *As grandes cidades e a vida do espírito*. *Mana*, 11/2, 2005, p. 577-591.
- SIMMEL, Georg [1905]. *O indivíduo e a liberdade*. In: SOUZA, Jessé, ÖELZE, Berthold. *Simmel e a modernidade*. Brasília: UnB, 1998. p. 109-117.
- VEBLEN, Thorstein [1924]. *A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições*. 3ª ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

ARTIGO: Gerações e comportamento de consumo – O efeito de coorte na preferência pelo produto cultural ídolos da teledramaturgia brasileira

- BONN, Erica Maloper e MOTTA, Paulo Cesar (1999), *Coortes e a Preferência por Filmes de Cinema*, Proceedings, 23 ENANPAD – Encontro dos Programas de Pós-Graduação em Administração, Foz do Iguaçu, /RR, CD-ROM.
- FIGUEIREDO, Ana Maria C. (2003), *Teledramaturgia brasileira: arte ou espetáculo?* São Paulo: Paulus.
- HOLBROOK and SCHINDLER, Robert M. (1989), *Some Exploratory Findings on the Development of Musical Tastes*, Journal of Consumer Research, 16 (June): 119-24.
- _____ and _____ (1993), "Critical Periods in the Development of Men's and Women's Taste in Personal Appearance", Psychology & Marketing, 10, 6 (Nov/Dez): 549-550.
- _____ and _____ (1994). "Age Sex, and Attitude Toward the Past as Predictors of Consumers' Aesthetic Tastes for Cultural Products," Journal of Marketing Research, 31 (August):412-422.
- KITAJIMA, Isabela and MOTTA, Paulo Cesar (2005). *The Cohort Effect of Musical Taste*. Proceedings, Balas Annual Conference, (May), Madrid.
- MANNHEIM Karl (1952). *The Problem of Generations*. In: Mannheim K. editor. *Essays on the sociology of knowledge*. London: Routledge and Kegan Paul, 276-322.
- MATTOS, Sérgio Augusto Soares (2002). *História da Televisão Brasileira_ Uma Visão Econômica, Social e Política*. Petrópolis: Editora Vozes, 2ª ed.

- MEREDITH, Geoffrey and SCHEWE, Charles D. (1991). *Digging Deep to Delight the Mature Adult Consumer*. Marketing Management. Vol 3. N°3, pp 59-66,1991.
- _____ and _____ (1994). "The Power of Cohorts", American Demographics, (December): 22-31.
- MOTTA, Paulo Cesar; ROSSI, Monica Zaidan; SCHEWE, Charles D. (2002) "Generational Marketing: Exploring Cohort-Programmed Values and their Implications on Cross-Cultural Variations in Consumer Behavior Between Brazil and United States", Revista Portuguesa de Marketing, IPAM, Porto, (12): 11-21.
- PIGNATARI, D. (1984), *Signagem da televisão*. São Paulo, Brasiliense.
- RENTZ, Joseph O. and REYNOLDS, Fred D. (1991). *Forecasting the Effects of an Aging Population on Product Consumption: An Age-Period-Cohort Framework*. Journal of Marketing Research, 28 (August): 355-60.
- _____, _____ and STOUT, Roy G. (1983). *Analyzing Change Consumption Patterns with Cohort Analysis*. Journal of Marketing Research, 20 (February): 12-20.
- RILEY, Matilda White (1973). *Aging and Cohort Succession: Interpretation and Misinterpretations*. Public Opinion Quarterly, (37): 35-49.
- RYDER, Norman B. (1965). *The Cohort as a Concept in the Study of Social Change*. American Sociological Review, 30 (December): 843-861.



As culturas nacionais são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um *discurso* - um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos. (...) As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre "a nação", sentidos com os quais podemos nos *identificar*, constroem identidades. Esses sentidos estão contidos nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas. Como argumentou Benedict Anderson (1983), a identidade nacional é uma "comunidade imaginada".

HALL, Stuart. A Identidade Cultural na Pós-Modernidade. Rio de Janeiro: DP&A. pp. 50-51.

O início das publicações científicas é sempre um período muito difícil, exigindo dos editores, autores e técnicos uma dedicação extrema e dos leitores uma crença e paciência significativas. Apenas assim, conseguimos ultrapassar as naturais dúvidas dos novos projetos e, a prazo, afirmar os periódicos nas suas áreas de conhecimento, obtendo o reconhecimento da comunidade científica e dos leitores em geral. A **NAUS - Revista Lusófona de Estudos Culturais e Comunicacionais** não tem sido exceção. Com a publicação do **V2N1**, entrámos no segundo ano de atividade, contando já com artigos em número e qualidade suficientes para garantir o lançamento do **V2N2** e cumprir escrupulosamente os prazos de publicação e as metas editoriais definidas para 2020. Mas, para tal, foi vital o empenho de todos, sem exceção, aos quais a equipa Ponteditora reconhece o contributo e agradece profundamente. O **V2N1** assinala o lançamento de uma nova imagem gráfica, na expectativa que seja do gosto de todos.

Boas leituras!