

Consumo e cidadania: representações midiáticas na telenovela *Lado a Lado*¹

Consumption and citizenship: media representations in the Brazilian telenovela *Lado a Lado*

Marcia Perencin Tondato²

Resumo:

Aqui discutimos representações midiáticas da inserção cidadã-social no início do século XX a partir de discursos da telenovela *Lado a Lado*. Discursos considerados ilustrativos do processo de socialização na dimensão da intersecção comunicação-consumo atravessada pela cidadania nas situações vividas pelas personagens, escravos recém-libertos, mulheres conquistando novas posições, diferentes categorias profissionais estabelecendo-se em uma cidade em processo de modernização. Narrativas de cotidianos que se transformam em decorrência de novas dinâmicas culturais e políticas, refletindo um novo perfil de indivíduos-sujeitos em um país que começa a se configurar como nação.

Palavras-Chave:

Consumo; Cidadania; Mídia; Telenovela; Representações.

Abstract:

Here I discuss media representations of citizen and social insertion in the beginning of XX century from the point of view of the speeches circulating on the telenovela *Lado a Lado*. Such speeches are considered as illustrative of a socialization process regarding the communication-consumption dimension crossed by citizenship in the situations lived by the characters, slaves recently freed, women conquering new positions, different professional categories being established in a city being modernized. Daily live narratives dealing about transformations of cultural and politic dynamics, reflecting a new individual-subject profile, in a country that begins to be shaped as nation.

Keywords:

Consumption; Citizenship; Media; Telenovela; Representations.

¹ A primeira versão do artigo foi apresentada no GP Ficção Televisiva, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 2013, portanto, constando dos respectivos Anais.

² Mestre em Comunicação pela UMESP, doutora em Comunicação pela USP, docente do PPG em Comunicação e Consumo da ESPM. E-mail: mtondato@espm.br

Introdução

Os valores de uma sociedade são responsáveis por sua coesão de forma a promover a paz social que leva ao crescimento econômico, objetivo último das sociedades capitalistas. Junto com Martin-Barbero (1997, p. 289), acreditamos que o entendimento da relação comunicação/cultura passa pelo consumo, pensado na perspectiva de um “viver simbólico” para além de aspectos mercadológicos ou ideológicos. Uma abordagem nem sempre feita com esta abrangência.

É pelo consumo, no sentido *lato*, que nos fazemos sujeitos-agentes. A atribuição de sentido, princípio do processo midiático, tem como ponto de partida as representações das situações e práticas do cotidiano, lugar central do estabelecimento dos indivíduos como sujeitos, por meio da palavra, que nasce na cultura e a esta volta, num contínuo processo de transformação. Se a mídia estabelece parâmetros para as práticas sociais, se o consumo influencia identidades, é porque reflete o que já constitui estas práticas e identidades, elaborando necessidades e desejos por meio do simbólico.

Isso posto, o objetivo é refletir sobre as concepções de consumo e cidadania do ponto de vista das narrativas como estratégias de mobilização dos indivíduos em prol da manutenção das perspectivas hegemônicas, verificando como isso ocorre no âmbito da ficção televisiva seriada.

Comunicação – consumo – cidadania

Partindo da configuração do consumo como cultura em um mundo cada vez mais complexo, onde, além das múltiplas identidades assumidas pelos indivíduos, as “culturas” se multiplicam a cada dia, pensamos os três domínios – mídia, consumo, cidadania – como um conjunto integrado de mediações, espaços de movimentos de significados que vão de um elemento a outro, retornando ao primeiro, diferenciados:

Ser cidadão inclui o direito ao consumo simbólico e cultural, definindo também o consumo material, entendido não só como

apropriação de bens que carregam valores além daqueles dos sujeitos em questão como também justas aspirações a uma vida mais digna, e o desejo de ascensão, ou até expressão e protesto em relação a direitos elementares. (TONDATO, 2010).

No consumo, os indivíduos buscam não só a funcionalidade, mas os valores culturais da sociedade em que vivem, promovendo estilos de vida, constituindo suas identidades, posicionando-se no mundo. O consumo, caracterizado pelo simbólico e pelo cultural, pode ser pensado, na esfera do poder, como um filtro de significados, uma dimensão da vida em sociedade, algo intrínseco à existência humana, realizado não só no ambiente urbano-capitalista, mas onde quer que haja bens materiais que se transformam em bens culturais pelas relações sociais (TONDATO, 2010).

Sem perder de vista o indivíduo como sujeito dialógico, que reflete e refrata os sentidos do que recebe da interação pessoal e da mídia de massa, refletir sobre o consumo na intersecção com cidadania implica pensar seus limiares não só como direito, mas também como espaço propício à manipulação; estabelecendo pontos de distúrbio, compreendendo a relação entre “ser” e “ter” (TONDATO, 2010). Tais perspectivas delineiam um cenário que, resultado da evolução das práticas de consumo desenvolvidas historicamente, em grande parte determinada pela globalização³, exhibe benesses e malefícios sobre o que é entendido como consumo moderno.

Do ponto de vista de Baudrillard (2007, p. 93-94), “a lógica fundamental é a da diferenciação/personalização, colocada sob o signo do código”, o que demanda transferir toda a “análise sociológica, aqui sobre o consumo, do estado fenomenal do prestígio, da ‘imitação’ e do campo superficial da dinâmica social consciente para a análise dos códigos, das relações estruturais, dos sistemas de signos e de material distintivo”. Disso resulta que é fundamental definir o consumo “como sistema de comunicação e de permuta, como código de signos continuamente emitidos, recebidos e inventados, como linguagem”.

³ Globalização aqui é citada compreendendo-se os processos de comercialização desenvolvidos desde o mercantilismo, séculos XV-XVIII.

Mas afinal, de qual cidadania falamos?

Falar em cidadania a partir de direitos assegurados institucionalmente ou de uma origem geográfica é ser superficial. “O ato de votar não garante nenhuma cidadania se não vier acompanhado de determinadas condições de nível econômico, político, social e cultural” (CERQUIER-MANZINI, 2010, p. 11). Também é pouco falar em direitos trabalhistas, universalização e gratuidade da educação e da saúde. Posicionamentos que apenas reforçam uma dependência do indivíduo aos aparelhos estatais, que compreendidos entidades com corpo e alma delimitam “cidadania” à “uma possibilidade universalista de integração, mas que também tem de ser reconhecida como um formato de cidadania que permite que a desigualdade entre classes sociais seja aceita, como uma “contenção de conflitos”, mantendo-se as desigualdades sociais por meio de uma igualdade formal” (CORREIA, 2004, p. 146).

Percepções derivadas de um conceito de “cidadão”,

[...] expandido para incluir a democracia, [...] utilizado como método para permitir e legitimar a coexistência de tantos homens diferentes, [...] algo que, dentro do ideário da cidadania, podia ser feito unicamente por meio da negação de diferenças grupais [...] (Um ideal) que se chocou com a dura realidade social de discriminação, preconceitos, perseguição, alienação. (DEMANT, 2010, p. 344).

Se universalmente conceituar “cidadania” é polêmico, no Brasil é tarefa complexa, considerando que a unidade básica de sua sociedade não são os indivíduos, mas as “relações e pessoas, famílias e grupos de parentes e amigos”, sendo que “um indivíduo isolado e sem relações, a entidade política indivisa, é considerado altamente negativo, revelando apenas a solidão de um ser humano marginal em relação aos outros membros da comunidade”. (DaMATTA, 1997, p. 71-72). Situação agravada pela aproximação com a “tradição liberal e puritana (estadunidense) que tem no indivíduo e no cidadão a sua unidade mais importante”, resultando um “drama típico” entre o que “a lei universal determina” como comportamento e papel social e o desejo pessoal individual sobre como ser julgado (a) e percebido (a).

Consumo e consumismo: entre o céu e o inferno

O consumo de bens materiais, criticado como um dos males da contemporaneidade sob o rótulo do “consumismo”, da mesma forma que a cidadania, ocupa um espaço de interiorização muda da desigualdade social. Além da imprecisão entre consumo e consumismo, o aspecto negativo abriga também a estereotipia de gênero, relacionando o comportamento compulsivo ao universo feminino.

Digamos que a ‘demonização do consumo’ decorre da necessidade de depreciação e desvalorização dos “produtos de consumo logo depois de terem sido promovidos no universo dos desejos dos consumidores”. No âmbito econômico, “o consumismo chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho” (BAUMAN, 2008, p. 41). Para Baudrillard (2007, p. 206), após a generalização da lógica da mercadoria “o homem do consumo nunca se defronta (com) suas próprias necessidades, como também jamais se vê diante do produtor do seu trabalho; também nunca se defronta com sua própria imagem: é a imagem dos signos que ordena”. Uma relação direta com a cidadania na medida em que essa passa pela “identificação do sujeito com as atividades que realiza” (CERQUIER-MANZINI, 2010, p. 99).

No aspecto sociocultural, “o consumismo em aguda oposição às formas de vida precedentes, associa felicidade não tanto à satisfação de necessidades, mas a um volume e uma intensidade de desejos sempre crescentes, o que por sua vez implica o uso imediato e a rápida substituição dos objetos destinados a satisfazê-la” (BAUMAN, 2008, p. 44). Uma perspectiva gerada pela “convicção de que era possível constituir-se uma sociedade de abundância” a partir da Revolução Industrial, que alimentou a crença de filósofos, cientistas e pensadores a respeito da viabilidade de “uma sociedade igualitária, em que as diferenças entre os homens fossem progressivamente desaparecendo” (PINSKY; PINSKY, 2010, p. 160).

A diferença marcante do século XX é a constituição da sociedade de massa. No século XIX, antes da sociedade industrial, o ócio dominava. O útil era definido pela racionalidade, advinda do trabalho, a ciência estabelecendo valores

(Iluminismo), o restante era inútil, supérfluo. Na segunda metade do século XX, surge o conceito de consumismo a partir de uma ideia de acesso irrestrito à produção em massa, que passa a ser visto de forma positiva com a expansão dos serviços, abundância de bens e aburguesamento da classe operária (FREDERICO, 2008, p. 80, 84). A industrialização banaliza as comodidades, tornando-as mais acessíveis. “Nasce” uma nova sociedade, na qual a identificação se dá pelo consumo e não pela produção. Nessa sociedade, de consumidores, não há espaço para “o desejo humano de segurança e os sonhos de um ‘Estado estável’ definitivo”.

Desse ponto de vista, “a sociedade de consumo aparece como o resultado necessário do impulso interno gerado pela soma dos benefícios alcançados pela substituição progressiva de tecnologias” (ALONSO, 2006, p. 6). Daí o que denominamos “demonização do consumo” parece ter raízes em “modos de consumo que estimulam a produção capitalista”, um modelo político caracterizado pelo advento do estado absolutista, estabelecendo um estilo de vida que antecipa a modernidade (SASSATELI, 2010). O consumismo nasce com a urbanização que ampliou as diferenças sociais e exclusões na medida em que os camponeses e/ou, na análise adiante apresentada, os escravos recém-libertos, vão para a cidade sem uma (in) formação que lhes possibilite a inclusão “cidadã” neste “novo ambiente”, que demanda ter um emprego/capital para a satisfação das necessidades mais primárias – alimentação e saúde (antes, ainda que insuficientes, providas pelos senhores das terras).

Representações de consumo e cidadania em *Lado a Lado*

Lado a Lado (Rede Globo, 2012, 18h, de Claudia Lage e João Ximenes Braga), faz parte das telenovelas ‘de época’, as tramas acontecendo em um passado determinado, geralmente mostrando hábitos e comportamentos de períodos históricos significativos para o país. Traz embutida a ideia de recuperação das raízes e da tradição, com pretensão de resgate de ‘brasilidade’, do que *Escrava Isaura* (1975) foi paradigmática. Um subgênero de alto custo de

produção que, após um “recesso”, voltou a ter um lugar cativo na programação da Rede Globo⁴. Sem “ser uma adaptação da literatura”, característica comum nas produções dos anos 1970, esta nova “safra” é “originalmente” escrita para a televisão.

Embora uma telenovela de época, por combinar elementos visíveis do cotidiano de uma sociedade em processo de modernização, *Lado a Lado* pode também ser chamada de novela “realista” ao representar exclusões agravadas na contemporaneidade – racismo, preconceitos, revoltas contra serviço público de saúde, subida da polícia aos morros. A história se passa no início do século XX, tendo como protagonistas Isabel (Camila Pitanga) e Laura (Marjorie Estiano), duas mulheres de origens diferentes, mas com ideias e ideais em comum. Isabel é filha de um ex-escravo, Seu Afonso (Milton Gonçalves), com quem vive em um cortiço. Laura é filha de uma família rica e conservadora e sempre teve uma vida de conforto, mas com planos de estudar e trabalhar, algo inconcebível para uma mulher daquela época.

Contado no início da formação da sociedade republicana brasileira, o drama de *Lado a Lado* se desenvolve em meio a fatos históricos e transformações sociais de um país que sai do Império, liberta seus escravos e entra na modernidade. Uma modernidade representada pela urbanização do Rio de Janeiro, a chegada da luz elétrica e dos automóveis, o estabelecimento do serviço regular de correio, da caixa postal, da abertura de grandes avenidas. Um momento oficialmente documentado por Marc Ferrez⁵, citado no desenrolar da história, com maior movimentação das pessoas, que saem às ruas com mais frequência, vão às compras, frequentam restaurantes, teatros e bares.

Os dramas dos personagens se entrelaçam com as Revoltas da Vacina⁶ e da Chibata⁷, com a expulsão dos negros recém-libertos para os morros,

⁴ De 1998 a 2008 foram exibidas 13 tramas históricas.

⁵ Marc Ferrez registrou a transformação do Rio. Esteve a serviço da Prefeitura para documentar o projeto de reurbanização e higienização do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/Fique-por-dentro/naquele-tempo/noticia/2012/11/naquele-tempo-marc-ferrez-e-augusto-malta-registraram-a-transformacao-do-rio.html>>. Acesso em: 01/2013.

⁶ A Revolta da Vacina ocorreu em 1904, quando a Câmara dos Deputados aprovou a regulamentação da lei que tornava obrigatória a vacinação contra a varíola [...] um plano classificado como “despotismo sanitário”, que insuflou confrontos entre o povo e a polícia. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/Fique-por-dentro/naquele->

acontecimentos comentados e explorados pelos jornais da época, representados na trama pelo *O Correio da República*, jornal de oposição que traz uma visão crítica dos acontecimentos enquanto seus concorrentes trabalham com o sensacionalismo.

No âmbito do consumo, as práticas comerciais em voga na representação midiática já forjam um consumo caracterizado por um capitalismo incipiente, mas que visa despertar desejos junto a um público que mal emerge da escravidão, amplificando a hibridização cultural. Delineia-se a sociedade do consumo definida por Baudrillard (2007, p. 81) como uma sociedade da aprendizagem de “um modo novo e específico de socialização em relação à emergência de novas forças produtivas”, resultando nos excessos e desequilíbrios, princípios do consumismo hoje tão criticado.

Refletimos sobre a construção da cidadania na intersecção com o consumo a partir de *Lado a Lado*⁸ entendendo a telenovela como “uma ‘narrativa nacional’ que se tornou um ‘recurso comunicativo’”, carregando “representações culturais que atuam, ou ao menos tendem a atuar, para a inclusão social, a responsabilidade ambiental, o respeito à diferença, a construção da cidadania” (LOPES, 2009, p. 22). Sua relevância no contexto desta reflexão se dá pelo “‘efeito-demonstração’ dos padrões de consumo vividos pelos personagens e apresentados perante os olhares da população de espectadores, com a possibilidade (concreta ou não) de integração social por meio do consumo” (LOPES, 2009, p. 25).

O século XIX, época de origem/nascimento dos personagens, foi caracterizado pela dinâmica trabalho/racionalidade/gestão/planejamento X inutilidade/supérfluo/lazer, ficando a esfera da cultura distante do processo industrial. É um mundo em que domina a ética burguesa, o trabalho, a produção em série, estabelecendo a “sociedade de massa”, em parte, dependente do conceito

tempo/noticia/2012/10/naquele-tempopor-que-ze-maria-luta-com-a-policia-na-revolta-da-vacina.html>. Acesso em: 01/2013.

⁷ Movimento que fim à prática do açoite nos navios brasileiros. Ocorrido em 1910, o Rio de Janeiro, liderado pelo marinheiro negro João Cândido. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/Fique-por-dentro/naquele-tempo/noticia/2012/11/naquele-tempo-entenda-o-que-foi-a-revolta-da-chibata.html>>. Acesso em: 01/2013.

⁸ Pela limitação de caracteres, priorizando a discussão teórica, não apresentamos a íntegra das cenas comentadas, sem prejuízo da análise tendo em vista que o foco não é o discurso *stricto sensu*.

de Nação, que define um padrão homogêneo para todos os habitantes, um aspecto que começa a ser delineado em *Lado a Lado*.

Como foco de análise, selecionamos sequências da 1ª semana de exibição⁹, período em que se estabelecem os núcleos dramáticos da história, como a ficcionalização das Revoltas da Vacina e da Chibata, da atuação da imprensa, debatendo a liberdade de expressão, a partir de práticas culturais e esportivas, mas principalmente ocorrências de corrupção política, preconceito e racismo contra negros e mulheres. Tal seleção tem como princípio a compreensão da cidadania como participação do indivíduo comum nos destinos da sociedade, que se ressignifica com o surgimento das cidades, lócus de um “estado do social” que permite que as desigualdades sejam aceitas, com espaço livre para práticas, culturais, religiosas, esportivas diversas.

Entrando na trama, já na primeira semana, fica claro que a delimitação geográfica, “quem pode ficar onde”, e de expressão, “falar o que ... com quem” será um indicador social. Ao mesmo tempo em que jovens da elite buscam novas experiências “fora” da Rua do Ouvidor, em meio aos blocos de rua dos negros durante o Carnaval, Constância (Patrícia Pillar), esposa¹⁰ de um “Senador da República”, fica indignada quando Padre Olegário (Cláudio Tovar) permite uma cerimônia de casamento entre negros na mesma igreja em que sua filha se casa, no mesmo dia.

Paradigmática é a expulsão dos moradores do cortiço do centro da cidade para que seja aberta uma nova avenida. Aqui fica estabelecida a (dis) posição da elite em relação ao restante da população.

Seu Afonso (ex-escravo) comenta que não podem viver no cortiço porque tem muita doença. Berenice (Sheron Menezes) diz que na verdade querem abrir uma avenida. Após a expulsão, todos vão para o Morro da Providência e são recebidos por ex-combatentes da Guerra de Canudos, que lá vivem aguardando casas prometidas pelo Governo. [...]. Em conversa com sua filha Laura sobre a vacinação, Dr. Assunção (Werner Schüwemann) (diretor do departamento de saúde da cidade) afirma que estão ‘mandando a população tomar a vacina’ porque ‘queremos a modernização. A Avenida Central é um caminho aberto para o porto, nós queremos exportar mais, importar mais. O Rio

⁹ 10 a 15 de setembro de 2012.

¹⁰ Uma ex-baronesa que não se conforma com o fim da escravidão, para ela representativo da perda de um mundo de conforto e distinção, concretizado no declínio financeiro da família.

de Janeiro vai ser como Londres ou Paris. [...] nós queremos erradicar a varíola por motivos econômicos, para atrair investimento, investidores... estrangeiros, e até mão de obra braçal, porque não, branca desta vez' [...] 'falando daquela gente do morro? [...] Ninguém 'vê eles' lá'.¹¹

Como também quando Albertinho (Rafael Cardoso), filho da ex-baronesa, expulsa Elias (Cauê Campos) e Olavo (Jorge Amorim) do clube, crianças moradoras do morro que queriam assistir a uma partida de futebol¹².

Elias se lembra de quando ele e Olavo foram expulsos do clube por Albertinho: A - O que tá fazendo aqui? Então moleque o gato comeu tua língua? ' E - 'A gente só queria ver como era um campo de futebol de verdade'. A - 'Ah era só o que me faltava, agora o pessoal do morro quer ver como é o futebol'. Aqui não é 'lugar de você', 'vai anda'.¹³

A autoridade aparece em *Lado a Lado* em constante dilema entre o cumprimento da lei e as pressões da elite. Mesmo reconhecendo o direito de liberdade de religião, diversidade de hábitos culturais e sabendo que deve agir com justiça, o Delegado Praxedes (Guilherme Piva) é vulnerável aos (des)mandos da elite, que usa de ameaças de transferência e rebaixamento para forçá-lo a atuar em seu favor. Representativas desse "dilema" foram as situações da prisão de Zé Maria (Lázaro Ramos), por crime da prática de capoeira; de Isabel, por atentado ao pudor (dançar samba no teatro); de Tia Jurema (Zezeh Barbosa), pela prática de adivinhação (o jogo de búzios) e 'a vista grossa feita' quando das acusações sofridas por Albertinho, que atropelou seu Afonso, ou por Constância, acusada (e culpada) do roubo do bebê de Isabel.

Dos direitos legais aos direitos universais, falar em cidadania é também falar em consumo. O consumo começa com o uso que os indivíduos fazem das

¹¹ Descrição da sequência encenada e transcrição do diálogo pela autora.

¹² A novela *Lado a Lado* destaca a chegada do futebol (*football, soccer*) ao Brasil. Nos primórdios de sua história no Brasil, o futebol profissional era exclusividade de brancos, muito provavelmente pelo fato de que os times eram fundados por estrangeiros e as arquibancadas, frequentadas pela elite. O período histórico em que transcorre *Lado a Lado*, início do século XX, coincide com a fundação de alguns dos mais queridos times do futebol do Rio e de São Paulo: Corinthians, Flamengo, São Paulo, Fluminense, Santos, Botafogo, Palmeiras e Vasco. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/novidades/novelas/noticia/2012/08/lado-lado-volte-ao-tempo-da-nova-novela-e-monte-seu-time-de-futebol.html>> e <<http://veja.abril.com.br/blog/quanto-drama-bastidores/lado-a-lado-futebol-po-de-arroz/>>. Acesso em: 01/2013.

¹³ Descrição da sequência encenada e transcrição do diálogo pela autora.

mercadorias na definição de posições nas relações sociais ampliando para dimensões de inserção social e cidadã. Volpi (2007, p. 45-46) localiza o surgimento do embrião do novo consumidor quando os “grupos sociais passam a ser delineados pelo poder de compra ou pelos hábitos de consumo, surgindo a necessidade da ‘publicidade’”. A partir do que também se constitui a pirâmide social, especialmente no Brasil em que a classificação tem como base a capacidade de consumo¹⁴.

A Rua do Ouvidor¹⁵, a Confeitaria Colonial¹⁶ e o Bar Guimarães centralizam a vida no Rio e Janeiro ficcional, espaços de diferenciação socioeconômica, mas também “objetos de desejo” de uma população que, tirada das senzalas, não tem definido um espaço “seu”, onde lhes seja permitido estabelecer uma vivência social, educar seus filhos, ter seu lazer. A constituição do hábito de fazer compras também é ficcionalizada. Em *Lado a Lado*, os ex-escravos devem “ir às compras” para suprir necessidades mínimas, antes providas pelos “seus” senhores-donos.

No primeiro encontro, Zé Maria leva Isabel para um jantar na Confeitaria Colonial (luxo permitido com a economia com as gorjetas recebidas na barbearia onde trabalha). O garçom sugere que ‘procurem outra casa’, ao que Zé responde: ‘Estamos no século XX, caso o senhor não tenha percebido’. Carlota conversando com sua irmã Celinha: ‘Que insolência! [...] Quando esperam que o Rio fique igual a Paris com esta gatinha frequentando os lugares mais chiques da cidade. O Brasil vai acabar sendo um país perdido nos trópicos’.¹⁷

A cidadania como vista hoje está vinculada à visão da classe burguesa, que valoriza o trabalho assalariado, “primeiro marco para a existência da cidadania”, sem o qual não há capitalismo (CERQUIER-MANZINI, 2010, p. 29). Depois da libertação, os ex-escravos e seus filhos devem ter um “emprego pago”, que lhes provenha subsistência. Na novela, resta-lhes trabalhar como barbeiro, pedreiro,

¹⁴ O Critério de Classificação Socioeconômica mede, somente, o potencial de consumo de bens materiais.

¹⁵ Rica em detalhes, a Rua do Ouvidor de *Lado a Lado* é símbolo de status e elegância do Rio antigo. Na famosa rua e em seu entorno, estão localizados a barbearia onde trabalham Afonso e Zé Maria, o Teatro Alheira e a Biblioteca Municipal onde Laura dá aulas. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/Fotos/fotos/2012/10/rica-em-detalhes-rua-do-ouvidor-de-lado-lado-e-simbolo-de-status-e-elegancia-do-rio-antigo.html>>. Acesso em: 01/2013.

¹⁶ Inspirada na tradicional confeitaria Colombo, ícone do centro do Rio de Janeiro, lugar de encontro, e exposição, da elite carioca.

¹⁷ Descrição da sequência encenada e transcrição do diálogo pela autora.

biscateiro (dando margem à ilegalidade). Àqueles sem origem “nobre”, precursores da “imigração em massa”, cabia o trabalho no comércio, que começava a se estruturar, ou o funcionalismo público. Às mulheres restava a venda de quitutes, a lavagem de roupa, ou a prostituição. As mulheres brancas, solteiras ou viúvas sem posses, são professoras, ou donas de pensão, como Dona Eulália (Débora Duarte) quando fica viúva, e Laura, depois do divórcio. Outra atividade destacada, mas que sofre muito preconceito, é a vida artística, representada pela atriz de teatro Diva Celeste (Maria Padilha) e Catarina (Alessandra Negrini), a cantora.

Na trama, o emprego na barbearia para seu Afonso, ser dançarina profissional e depois “proprietária de um teatro” para Isabel e, finalmente, trabalhar no jornal, para Zé Maria, significa ter um local de referência de pertencimento à sociedade que se forma.

D – Você não é mais barbeiro que eu sei, mas continua capoeira ...

Z – Com muito orgulho.

D – Tá confessando vadiagem?

Z – Eu tenho trabalho fixo. Eu sou administrador do Correio da República.

D – Ora, só me faltava essa ... um negro administrador!!

Z – Pode falar com Carlos Guerra, ela vai confirmar tudo.

D – Em se tratando do Correio da República tudo é possível.¹⁸

Entremeando os diferentes contextos e dramas sociais, está o jornal *O Correio da República*, literalmente “o meio de comunicação” na representação. Por meio de um jornalismo que se diz de “oposição”, seu proprietário, Carlos Guerra (Emílio de Mello), acredita no jornalismo investigativo¹⁹. Recusa-se a noticiar escândalos e apelar para o sensacionalismo para vender jornais. Praticamente à beira da falência, reluta quando Zé Maria sugere a venda de espaços de anúncios, pois acredita não ser este o papel do jornal. Enquanto os

¹⁸ Transcrição do diálogo pela autora.

¹⁹ Durante o Império, a imprensa era feita por e para a elite. Os jornais eram conservadores, mas também fizeram intensa e importante campanha para o fim da escravidão e da Monarquia. Com a República, aos poucos, jornalismo e literatura se separavam; os folhetins eram substituídos pelo jornalismo ou conviviam com ele, os artigos políticos e opinativos deram lugar a entrevistas e informação e as crônicas passavam a abordar o cotidiano e a vida social e cultural da cidade. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/Fique-por-dentro/naquele-tempo/noticia/2012/12/naquele-tempo-jonas-e-edgar-teriam-futuro-trabalhando-para-um-jornal.html>>. Acesso em: 01/2013.

jornais sensacionalistas usam do columnismo social para expor quem “se atreve” a ir contra os padrões da época, como o divórcio de Laura, “O Correio” dá espaço para relatos investigativos dos fatos referentes às revoltas da Chibata e da Vacina, e recusa-se a compactuar com Dona Eulália que pede uma campanha de censura a livros, por intermédio do Padre Olegário.

Na esfera da cultura, em *Lado a Lado* as demandas do capitalismo, a necessidade de “encher a casa”, são sinalizadas a partir do teatro, que deve “popularizar” suas apresentações, atendendo a expectativas do gosto de um maior número de pessoas. Há um incentivo para que o templo da cultura se transforme em um templo de consumo.

O religioso aparece como coadjuvante. A Igreja perde espaço para o mercado. Mantendo uma relação simbiótica com as elites, enxerga nos recém-libertos um potencial de aumento de seu rebanho, tendo que competir com as religiões afiras. O padre age sempre que é “convocado” pela elite, mas pouco faz em favor dos demais. Quando da prisão de Tia Jurema, é a união da população, que se põe em oração em frente à delegacia, que resulta na sua libertação.

Isabel conversa com o Padre:

I – Eu sou católica, padre, mas meus avós foram obrigados a seguir a religião dos senhores deles. O candomblé era um elo com suas raízes, um bálsamo para o sofrimento de tanta escravidão. [...] Não importa a crença. Tudo que é do bem se completa. [...] O senhor não tem ideia da importância daquela senhora “pro” nosso povo. Assim como o senhor faz na sua paróquia, a Tia Jurema é o esteio dos desvalidos no morro.

P – [...] Não posso esquecer. Ela jogou mandinga em uma filha de uma senhora da minha paróquia (falsa alegação de Constância)²⁰

Avançando na caracterização da inserção social em direção à constituição do cidadão, tomo a defesa de Zé Maria quando da representação do episódio histórico que marcou a popularização da capoeira em oposição ao jiu-jitsu²¹ e sua indignação quando da decisão de Chico (César Mello) em jogar futebol.

²⁰ Transcrição do diálogo pela autora.

²¹ Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/por-tras-das-cameras/noticia/2013/01/mma-do-passado-lazaro-ramos-grava-cena-de-luta-capoeira-x-jiu-jitsu.html>>. Acesso em: 01/2013.

‘Meu nome é Zé Navalha’, senhor. Nascido José Maria dos Santos e criado numa roda de capoeira que, como todos aqui devem saber, é proibido no Brasil. Jiu-jítsu, luta Greco-romana, luta-livre, tudo vale aqui nesse ringue, nesse país, menos a capoeira! Porque é luta que veio dos escravos, e dos filhos deles que ainda batalham pra sobreviver num país cheio de preconceito. Só que não adianta proibir, nem prender, porque capoeira não é coisa de marginal, é coisa de brasileiro! Pra jogar capoeira tem que ter ritmo, força e coragem, mas principalmente, orgulho. Eu tenho orgulho de ser capoeira, de ser negro, de ser brasileiro!, diz, arrancando aplausos da plateia.

Chico descobriu que é um craque, mas negros não eram bem-vindos no futebol naquela época. Tentando esconder que o melhor jogador do time é negro, principalmente em um clube racista e elitista como o Federal Sport Club, Albertinho convence o capoeira a passar pó de arroz no rosto para parecer branco. Zé Maria não gostou. Futebol? Isso é coisa de rico, não pra gente do morro. (comentário repetido, por brancos e negros, em relação ao futebol).

Nesse sentido, recorremos a Demant (2010, p. 373), para quem “o conceito abstrato de cidadão não deixa espaço entre a demanda da assimilação e a ameaça da exclusão”, sendo necessário pensarmos uma “teoria da cidadania” que respeite a rejeição da “oferta da assimilação”, aceitando que a minoria se reaproprie de “sua identidade coletiva”, reassumindo um “particularismo grupal”. Uma situação na trama representada quando os negros se voltam às suas práticas culturais – culinária, roda de samba, escola de capoeira.

Considerações finais... visando à recepção

Além de ser uma “narrativa sobre a nação e um modo de participar dessa nação imaginada”, a telenovela também “se configura como uma experiência comunicativa” (LOPES, 2009, p. 28). Em se tratando de um produto midiático, essa narrativa explora o factual, o imaginário, ou um híbrido, na busca pela “adesão do leitor, ouvinte ou telespectador”, envolvendo-o e provocando ‘certos efeitos de sentido’, “[...] narrativas e narrações são formas de exercício de poder e de hegemonia nos distintos lugares e situações de comunicação. [...] a organização narrativa do discurso midiático não é aleatória. Realiza-se em contextos pragmáticos e políticos” (MOTTA, 2011).

Ao falar de atribuição de significados no âmbito do consumo, Slater (2002, p. 133), argumenta sobre “necessidades básicas”, que assumiriam formas culturais

diferentes em sociedades diferentes, sendo “difícil imaginar qualquer sociedade em que os objetos sejam puramente materiais e sem significado”, decorrendo daí a possibilidade da manipulação. A manipulação se daria no contexto da relação entre consumo-publicidade, tendo em vista que “jornalistas, produtores e diretores de TV e cinema, roteiristas e publicitários sabem que os homens e mulheres vivem narrativamente o seu mundo, constroem temporalmente suas experiências. Por isso, exploram com astúcia e profissionalismo o discurso narrativo para causar efeitos de sentido” (MOTTA, 2011, p. 2).

Tais “efeitos de sentido”, por sua vez, são mobilizados a partir de “informações que circulam em torno no seu cotidiano (dos telespectadores)” (LOPES, 2009, p. 28), promovendo uma recepção relativamente ativa, perspectiva que nos impulsiona cada vez mais ao desafio de identificar a posição do telespectador não apenas como parte de um processo, mas sujeito em uma relação dialógica que sofre tensões culturais e ideológicas. Caminhando para uma posterior reflexão sobre a recepção das representações ficcionais midiáticas da intersecção consumo-cidadania, assumimos que ainda que a dinâmica capitalista dê a impressão de que temos possibilidades infinitas, desejos não são infinitos, se você deseja isso, não deseja aquilo, daí a escolha ser uma prática política (SAFATLE, 2012).

As escolhas, ainda que políticas, derivam das subjetividades dos indivíduos, constituídas da materialidade discursiva resultante do universo de discursos que atravessam os cotidianos (BACCEGA, 1995). Cotidianos francamente caracterizados pelas transformações promovidas pela sociedade de mercado, em que “terra e energia humana podem ser vendidas e compradas”, revolucionando ainda mais o papel social dos indivíduos-sujeitos, consolidando uma ideia de cidadania que os estabelece na centralidade do sistema (DaMATTA, 1997, p. 64).

Uma revolução que reforça a necessidade de refletir sobre a intersecção comunicação-consumo-cidadania para além do imobilismo da reivindicação de direitos, eivada “pelo capitalismo dos oligopólios” (CERQUIER-MANZINI, 2010, p. 50) que reduz o sentido de ‘participação’ ao ‘acesso’, ‘pertencimento’ à ‘novidade’, ‘posse’ à ‘felicidade’. Reforça a compreensão dos efeitos de sentido

como algo que deriva do discurso em que ocorre a relação entre o pensamento, a linguagem e o mundo, onde o ‘real’ é orientado por interesses que se compactuam em alianças com bases na dinâmica de escolhas culturais.

Em *Lado a Lado*, a hierarquia de profissões (espaço para inserção do escravo recém liberto, espaço de emancipação das mulheres); as opções de lazer, cultura e esportes (futebol, capoeira, teatro, roda de samba); as crenças religiosas (cristianismo, candomblé); os hábitos de refeição (comida do morro, comida da elite, na Confeitaria Colonial, no Bar Guimarães) definem e estabelecem posições e, mais do que isso, permissões de pertencimento.

A preferência da audiência²², demonstrada pelas cenas ancoradas no aspecto romântico da trama – Laura e Edgar, Sandra e Teodoro –, por cenas de violência – Isabel atacando Constância – e de lutas de capoeira, nos mostra a superfície de uma leitura que reflete, acima de tudo, uma assimilação hegemônica dos conteúdos midiáticos. Assimilação resultado da cultura individualista em que vivemos, que colabora para a manutenção da dominação, centrada na dicotomia amor X ódio.

Cada vez mais as práticas comunicacionais interpelam as construções de sentido e o estabelecimento das dimensões sócio-identitárias do cotidiano. Participar da sociedade midiática e ser consumidor de bens e serviços tornam-se atividades culturais, naturalizando demandas hegemônicas, inserindo o indivíduo-sujeito na cidadania. No âmbito da análise realizada, ao discursar em favor da capoeira, Zé Maria adentra o espectro de uma cultura coletiva a ser orientada para a cidadania: “eu tenho que consumir o que é bom, mas tem que ser bom para mim e para os outros e só se for bom para todos é que será bom” (SAFATLE, 2012, p. 35).

Parafraseando Safatle (2012), no espectro de uma cidadania mais ampla, é preciso pensar a emergência e consolidação de uma visão relacional da soberania do consumidor e sua relação com a cidadania. Um conceito de cidadania deve levar em conta o acesso às “práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento, e fazem que se sintam diferentes os [cidadãos] que possuem uma

²² Cenas “mais vistas” e “mais curtidas” no site oficial de *Lado a Lado* e comentários relacionados a matérias jornalísticas relacionadas. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/capitulo/2013/2/12/casal-difcil-laura-e-edgar-discutem.html>>. Acesso em: 01/2013.

mesma língua, formas semelhantes de organização e de satisfação das necessidades” (GARCIA CANCLINI, 1995, p. 35). Um acesso que deve, principalmente, começar com a ampliação das possibilidades de percepção e compreensão do processo de pertencimento. Nessa linha de pensamento, adentramos na dimensão da cidadania mais ampla, implicando a compreensão da igualdade e da democracia como elementos que abrangem também o consumo.

REFERÊNCIAS

- ALONSO, Luis Enrique. **La era del consumo**. Madrid: Siglo XXI, 2006.
- BACCEGA, Maria A. **Palavra e discurso: história e literatura**. São Paulo: Ática, 1995.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- CERQUIER-MANZINI, Maria. de L. **O que é cidadania**. São Paulo: Brasiliense, 2010.
- CORREIA, José C. **Comunicação e cidadania: os media e a fragmentação do espaço público nas sociedades pluralistas**. Lisboa: Livros Horizonte, 2004.
- DaMATTA, Roberto. **A casa & a rua**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- DEMANT, Peter. Direitos para os excluídos. In: PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla B. (Orgs.). **História da cidadania**. São Paulo: Contexto, 2010, p. 343-383.
- FREDERICO, Celso. O consumo nas visões de Marx. In: BACCEGA, Maria A. (Org.). **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Atlas, 2008, p. 79-87.
- GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.
- LOPES, Maria Immacolata V. de. Telenovela como recurso comunicativo. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 21-47, ago. /dez. 2009.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MOTTA, Luiz G. **A análise pragmática da narrativa jornalística**, 2011. Disponível em: <<http://teoriasufc.files.wordpress.com/2011/04/luiz-gonzaga-mota.pdf>>. Acesso em: 15/08/2012.

PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla B. (Orgs.). **História da cidadania**. São Paulo: Contexto, 2010.

SAFATLE, Vladimir. **A esquerda que não teme dizer seu nome**. São Paulo: Três Estrelas, 2012.

SASSATELI, Roberta. **Consumer culture: history, theory and politics**. London: SAGE, 2010.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

TONDATO, Marcia P. Uma perspectiva teórica sobre consumo e cidadania na contemporaneidade. **Conexiones. Revista Iberoamericana de Comunicación**, v. 2, n. 2, p. 5-18, 2010. RIEC/Comunicación Social ediciones e publicaciones.

VOLPI, Alfredo. **A história do consumo no Brasil: do mercantilismo à era do foco no cliente**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

Recebido em: 16.07.2014

Aceito em: 06.10.2014