Neide Maria de Arruda

Telas em toda parte:

um novo lugar de pesquisa da recepção de telenovela

São Paulo
2013

Neide Maria de Arruda

Telas em toda parte:

um novo lugar de pesquisa da recepção de telenovela

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Área de Concentração I – Teoria e Pesquisa em Comunicação, na Linha de Pesquisa Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo (ECA/USP), como requisitoparcial para a obtenção do Título de Mestre em Ciências da Comunicação, sob a orientação da Profª. Drª Maria Immacolata Vassallo de Lopes.

São Paulo
2013

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

Dados fornecidos pelo (a) autor (a)

Arruda, Neide Maria de

Telas em toda parte: um novo lugar de pesquisa da recepção detelenovela / Neide Maria de Arruda. -- São Paulo: N. M. Arruda, 2013.
1 arquivo com 145 pgs. p.: il. + um CD.

Dissertação (Mestrado)–Programa de Pós-Gradução em Ciências da Comunicação- Escola de Comunicações e Artes/ Universidade de São Paulo.
Orientadora: Profª Drª Maria Immacolata Vassallo de Lopes.

Bibliografia

1. Recepção 2. Narrativa transmídia 3. Mídia digital móvel; 4. Telenovela brasileira I. Lopes, Profª Drª Maria Immacolata Vassalo de Lopes II. Título.

CDD 21. Ed. 302.02

Nome: ARRUDA, Neide Maria de
Título: Telas em toda parte: um novo lugar de pesquisa da recepção de telenovela

Dissertação apresentada à Escola de Comunicações de Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. _____Instituição_____
Julgamento _____Assinatura_____

Prof. Dr. _____Instituição_____
Julgamento _____Assinatura_____

Prof. Dr. _____Instituição_____
Julgamento _____Assinatura_____

DEDICATÓRIA

À minha mãe Maria Amélia de Arruda,
por ter me ensinado que a humildade é o melhor
caminho para vencer as dificuldades da vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Professora Doutora Maria Immacolata Vassallo de Lopes pela paciência e zelo que teve na orientação desta dissertação e pelo carinho com que me acolheu em sua equipe de pesquisadores do Centro de Estudos de Telenovela da Universidade de São Paulo (CETVN – ECA/USP) e da Rede de Pesquisa OBITEL – Brasil.

Agradeço à minha família, principalmente à minha mãe, Maria Amélia, à minha irmã, Neuranice, e ao meu irmão, José Luiz, pelo incentivo constante, me estimulando em todos os momentos, de alegria e de angústia. Aos meus irmãos, Severino José, José Carlos, Edson Luiz, Neuza, Nadja, Nildete, Nildja, Naizete e Niedja, por me apoiarem. Aos meus sobrinhos, em especial a Felipe, Vitor e Endie. E ao meu pai, Luíz (in memoriam).

Às Professoras Doutoras Silvia Helena Simões Borelli e Maria Cristina Palma Mungioli, pela disponibilidade e contribuições no exame de qualificação.

Aos amigos, Francisco Leite, Cláudia Freire, Rosely Sousa e Airton Almeida, por estarem sempre ao meu lado e por terem transmitido a confiança de ver este projeto concretizado.

Aos funcionários e professores da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Pauloque, pela habitual consideração e atenção, contribuíram para que o percurso deste trabalho fosse construído com sólidos alicerces.

Às funcionárias da Secretaria de Pós-Graduação da Escola de Comunicações e Artes de São Paulo, em especial, Ivete Mello, Elaine Pereira e Mirian Villalba, pela ajuda e amizade de sempre.

Aos amigos, Elaine, Silvia, Fernando e à equipe da Multiofício, pela disponibilidade e criatividade no projeto gráfico desta dissertação.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo apoio financeiro que me possibilitou desenvolver a pesquisa de modo seguro e concretizar a sua realização.

RESUMO

Esta dissertação é o resultado de uma investigação sobre o processo de recepção da telenovela brasileira exibida por uma nova categoria de mídia digital móvel – a *out of home* – no transporte público da cidade de São Paulo. Buscou-se identificar os tipos de experiências, comunicativa, cultural, estética e social que emergem nesse novo lugar de assistência da teledramaturgia brasileira. Pretendeu-se ainda compará-la com a experiência tradicional do espectador e do fã que recepciona a telenovela no conforto de sua casa. Por meio da observação etnográfica e da coleta de dados primários, procurou-se conhecer como se dá a relação entre essa mídia digital móvel e suas audiências; salientando que essa nova forma de produção da telenovela (de fato, pós-produção) é exibida de forma condensada, sem áudio e com legenda. A tentativa de compreender o papel exercido pelos meios de comunicação televisivos no cotidiano da sociedade contemporânea nos levou à necessidade de repensar a recepção do modo tradicional, dentro de casa para este momento em que ela acontece em outra plataforma, como narrativa transmídia. Nossa pesquisa trouxe resultados interessantes, entre outros, os de que, nesse novo lugar de recepção da telenovela, a mesma é utilizada como "recurso comunicativo", pois inúmeros passageiros do transporte coletivo compartilham e interagem sobre variados temas que fazem parte do contexto social e que estão inseridos nas novelas, a partir do momento em que são exibidas no ambiente de dentro acionando assim dispositivos de comunicação e de reflexão.

Palavras-chave: Recepção; narrativa transmídia; mídia digital móvel; telenovela brasileira**;** novos lugares/espaços de comunicação

ABSTRACT

This dissertation is the result of an investigation into the process of reception the Brazilian telenovela displayed for a new category of mobile digital media, the out of home, on public transport in the city of São Paulo. Sought to identify the types of communicative, cultural, aesthetic and social experiences, that emerge in this new place assistance of Brazilian soap telenovela. Still, wanted to compare it with the traditional experience of the viewer and the fan who welcomes the telenovela in the comfort of the house. Through ethnographic observation and collection of primary data, tried to know how is the relationship between this mobile digital media and its audiences, emphasizing that this new form of production of soap telenovela (in fact, post-production) is displayed in a condensed form, without audio and withsubtitle. The attempt to understand the role played by the media in television everyday contemporary society has led us to the need to rethink the reception from the traditional way, inside the house until the moment it happens on another platform, such as transmedia storytelling. Our research has brought interesting results, among others, that in this new place of receipt of the soap opera, it is used as "communicative resource" because many passengers of public transportation share and interact on various topics that are part of the social context and that are present in the soap telenovela, from the moment they are displayed within the environment, triggering devices of communication and reflection.

Keywords: Reception; transmedia storytelling; mobile digital media; Brazilian telenovela; new places /spaces of communication

SUMÁRIO

Introdução: Construindo um Novo Espaço de Recepção Para a Telenovela..... **9**

Capítulo I – Da Pesquisa: Tema, Objetivos, Hipóteses, Metodologia..... **16**

Capítulo II – O Percurso da Mídia Digital Móvel no Brasil..... **21**

2.1 – Surgimento da quinta tela..... 21

2.2 – Implantação da mídia digital móvel nos ônibus da Cidade de São Paulo..... 25

2.3 – Processo de produção e circulação de conteúdo transmídia..... 31

Capítulo III – A Trajetória da Telenovela no Brasil: Algumas Anotações Teóricas **35**

3.1 – Do Folhetim impresso à Teledramaturgia: um pouco de história..... 35

3.2 – "Telenovela como recurso comunicativo" e sua transmidiação..... 45

3.3 – Transporte coletivo urbano como espaço comunicativo..... 53

Capítulo IV – A Narrativa Transmídia e o Processo de Recepção..... **64**

4.1 – Novos lugares, temporalidades e conexões..... 64

4.2 – O sujeito receptor e "novos/outros" cenários interpretativos..... 70

Capítulo V – Um Olhar Etnográfico Dentro do Transporte Coletivo da Cidade..... **73**

5.1 – A pesquisa de campo no ônibus: participar para compreender..... 73

5.2 – Observando "de perto e de dentro": os relatos etnográficos..... 77

5.3 – Acercamento individual: as entrevistas..... 107

5.4 – Analisando para "compreender"..... 128

Capítulo VI – Decifrando a Sociabilidade a Partir da Recepção da Telenovela como Narrativa Transmídia..... **131**

6.1 – Encontrando no Campo: Alguns "achados"..... 131

Capítulo VII – Considerações finais..... **135**

Referências..... **137**

Anexos..... **141**

Introdução: Construindo um Novo Espaço de Recepção para a Telenovela

É cada vez mais comum o aparecimento de novos tipos de mídia eletrônica, tornando mais complexo o ecossistema midiático. E, simultaneamente, a circulação de conteúdos por meio de diferentes plataformas está permitindo o surgimento de novas comunidades de receptores/consumidores. No mundo globalizado, a revolução nas comunicações se processa em ritmo tão frenético que é quase impossível acompanhar as mudanças que ela provoca no cotidiano das pessoas. Novas tecnologias e novos conhecimentos estão surgindo e se desenvolvendo tão aceleradamente que já não é possível a nenhum homem, por mais diligente que seja – e muito menos ao cidadão comum, destinatário médio da informação – vangloriar-se de ser versado em mais do que uns poucos aspectos da vida.

Priorizando este novo olhar para os vínculos entre comunicação, cultura e sociedade, esta dissertação tem por objeto de estudo a recepção de telenovelas produzidas pela TV Globo, que também são exibidas por meio de uma nova categoria de *Mídia Digital Móvel*, a *Out of Home*[1]. O fio condutor das investigações que propomos neste trabalho está nas proposições teóricas de Martín-Barbero (1997, 1998, 2004); Lopes (1996, 2001, 2009) conectadas com outros autores, nos estudos da recepção. Além disso, nas propostas teóricas de Canclini (1983, 1990), Ferin (2002), Caiafa (2007) e Magnani (2002, 2009), entre outros, no que concerne aos estudos da cultura popular, hibridização, identidade e consumo culturais, comunicação e cultura do cotidiano, e pesquisa etnográfica.

A transposição de narrativas de um meio para outro, de um suporte para outro, não é um fato novo – mas vem recebendo especial atenção dos estudiosos de Comunicação, pois o surgimento de novas tecnologias digitais está acarretando a expansão e a convergência das narrativas audiovisuais em múltiplas plataformas. Esta circulação de conteúdos através de diferentes plataformas é conceituada por Henry Jenkins (2009) como "narrativa transmídia" e, na visão deste autor, acontece quando as histórias se desenrolam em múltiplas plataformas, cada uma contribuindo de forma distinta para nossa compreensão do universo significante. Enquanto o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias iriam substituir as antigas, segundo Jenkins, "o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de forma cada vez mais complexa" (2009, p. 33).

---

[1]*Fora de casa*: monitores de vídeo instalados em lugares fechados e de intensa circulação de pessoas.

A passagem de conteúdo de um meio de comunicação convencional para outras plataformas, tendo como suporte a mídia digital móvel – como acontece hoje no transporte coletivo de São Paulo e de outras cidades do País – pode ser considerada um fato recente. Isto porque surgiu como resultado de uma busca para solucionar as dificuldades enfrentadas pelo tradicional segmento publicitário de *outdoor* no maior mercado consumidor do País, a cidade de São Paulo[2], quando entrou em vigor a Lei Cidade Limpa[3], há mais de cinco anos. A procura por alternativas criativas para diversificar os negócios e alcançar o consumidor em locais internos de grande concentração foi inevitável. Experimentos em diversos formatos, como painéis, totens, quiosques e telas de LCD, provocaram a intensificação de intercâmbio que hoje também abarca o transporte público.

Dentro desse ecossistema midiático (SCOLARI, 2009; MARTÍN-BARBERO, 1997), desde o ano de 2007, uma nova categoria de mídia eletrônica é incorporada no cotidiano de quem usa transporte público de São Paulo, mais especificamente, o ônibus. Trata-se da *Mídia Digital Móvel* constituída por dois monitores digitais de LCD com 22, 24 ou 26 polegadas, instalados estrategicamente no interior de 400 ônibus de linha[4], que não possuem áudio e sim legenda nos programas exibidos – um *mix* de informação, cultura, esporte e lazer. Em um universo de 15 mil veículos municipais, 985 transmitem para os passageiros os conteúdos centralizados por três empresas: 1) *TV Bus Mídia/Via TV Mídia*[5] – exibe com exclusividade parte da programação da TV Globo, composta por resumos dos capítulos das novelas da emissora, matérias do *Fantástico* e do *Jornal Nacional*, dentre outros programas; 2) *Bus* TV Brasil Publicidade S/A – exibe um misto de conteúdo próprio e específico para essa mídia, com parte da programação da TV Record; 3) *TVO* – da Band *Outernet* do Grupo Bandeirantes que exibe conteúdo específico para essa mídia.

---

[2] Daqui para frente: São Paulo.

[3] A *Lei Cidade Limpa* está em vigor desde o dia primeiro de janeiro de 2007. Os responsáveis por anúncios fora das regras seriam multados em 10 mil reais, mais mil reais por metro quadrado excedente. A prefeitura da cidade de São Paulo, regulamentou, através de um decreto publicado no Diário Oficial da Cidade em 6 de dezembro de 2006, a lei que criou o projeto Cidade Limpa. A nova legislação (lei nº 14.223), que tem como objetivo eliminar a poluição visual proíbe todo tipo de publicidade externa, como *outdoors*, painéis em fachadas de prédios, *backlignts* e *frontlights*. (...). O decreto nº 47.950/06, que regulamenta a lei esclarece alguns desses procedimentos e as características que os anúncios devem atender. O texto detalha especialmente como deveriam ser os anúncios indicativos, que tiveram até 31 de março de 2007 para se adaptar às novas exigências.

[4] Um ônibus de linha tem capacidade para transportar uma média de 1.020 passageiros por dia. – Fonte Via TV Mídia.

[5] A empresa que nasceu levando programas de TV para monitores instalados em ônibus, estendeu seus serviços para trens, estações e terminais e passará a se chamar *Via TV Mídia*. Fonte: Jornal Folha de S. Paulo - Caderno Ilustrada, de 03.10.2011.

A tentativa de compreender o papel exercido pelos meios de comunicação no cotidiano da sociedade contemporânea nos levou a pensar nosso trabalho a partir do polo da recepção. A base são os estudos latino-americanos que criaram um arcabouço teórico para compreender as repercussões de sentidos nas pessoas da interação com a telenovela transmidiática exibida na plataforma *Ou of Home*, em ônibus. É o que têm mostrado os atuais estudos de recepção na América Latina ao buscar dar conta da complexidade deste processo. Para analisar o processo de recepção da comunicação, foi preciso destacar o fator sociocultural. Martín-Barbero (1985) afirma que pensar os processos de comunicação a partir da cultura implica romper com aquela compulsiva necessidade de definir a 'disciplina própria' e com isso afastar-se da segurança que proporcionava a redução da problemática da comunicação à dos meios.

Para a construção de nosso objeto, buscou-se identificar os tipos de experiência, comunicativa, cultural, estética e social que emergem nesse novo lugar de assistência da telenovela e, ainda, compará-la com a experiência tradicional do espectador que recepciona a trama ficcional no conforto de sua casa. A questão que pautou a pesquisa foi: será a "narrativa transmídia" igualmente capaz de acionar mecanismos de conversação, de compartilhamento de sentido se de participação no imaginário cultural das pessoas que a recepcionam no ônibus?

De outro ângulo desses estudos latino-americanos observou-se que o interesse pela recepção tem sido marcante e os estudiosos passaram a questionar o fato de a recepção ter sido entendida e estudada, até então, como uma massa de indivíduos sem vontade própria e sob o domínio dos grandes conglomerados midiáticos. Nessa linha, entre os autores que têm aprofundado a perspectiva da recepção nos estudos da mídia, está Lopes que em meados da década de 1990 já manifestava sua preocupação com relação à forma como a recepção era investigada nos meios acadêmicos do País, apontando a necessidade de experimentos com multimétodos através de projetos integrados multidisciplinares. Para a autora, investigar, por exemplo, a recepção da telenovela, exige:

> (...) pensar tanto no espaço da produção como o tempo de consumo, ambos articulados pela cotidianidade (usos/consumo/práticas) e pela especificidade dos dispositivos tecnológicos e discursivos (gênero) do meio televisão (LOPES, 1996, p. 4).

Na definição de Martín-Barbero (2004, p. 240), a *recepção* é o espaço relacional "dos conflitos que articulam a cultura, das mestiçagens que tecem, das anacronias que a sustentam e, por último, do modo em que trabalha a hegemonia e as resistências que mobiliza". No que se refere à *mediação* no processo de recepção de telenovela, Lopes (1996, p.5) afirma que ela

“deve ser entendida como um processo estruturante, que configura e reconfigura tanto a interação dos membros da audiência com os meios como a criação por parte deles do sentido dessa interação”.

Mauro Porto propõe que a pesquisa sobre a recepção e os efeitos da mídia tenha um enfoque integrado e, no estudo sobre a mídia e suas audiências acrescenta que “em lugar de tratar as duas perspectivas como posições antagônicas “é importante” identificar suas contribuições e consolidá-las em um projeto de pesquisa comum” (PORTO, 2003, p. 14).

Partindo da hegemonia que a mídia televisiva tem na formação da cultura nacional e dentro das indústrias culturais do país, a investigação traçou dois objetivos paralelos: o primeiro foi observar de que forma estão sendo criadas novas relações das audiências com as mídias digitais móveis, através de uma pesquisa de recepção da telenovela em ônibus; o segundo, foi detectar se a narrativa da teledramaturgia pode potencializar a sua condição de produto cultural mais importante da televisão brasileira, migrando para novas plataformas de circulação, ao se tornar uma narrativa transmídia.

Assim, consideramos útil o entendimento de Motter (2003) quando enfatiza que “ignorar uma produção cultural capaz de controlar, dentro do seu horário, as emoções de milhões de brasileiros e de produzir a ressonância de que é capaz a telenovela, seria fechar os olhos à própria realidade cultural do país em que esse fenômeno se verifica”. Partindo dessa consideração a autora acrescenta:

> A telenovela ocupa um espaço tão ou mais importante que os telejornais na programação diária das emissoras, pois se os relatos sobre o mundo satisfazem a necessidade de orientação do telespectador para sua vida prática, o capítulo diário da ficção seriada satisfaz a sua curiosidade com relação ao desdobramento da narrativa que se tece diariamente durante meses num processo de produção/diluição da ansiedade. Se o início do capítulo acalma a ansiedade produzida no dia anterior, o final irá recuperá-la para satisfazê-la no dia seguinte como estratégia para integrar-se às rotinas, garantir a audiência e impor-se como hábito (MOTTER, 2003, p.22).

Grandes narrativas “estão sendo reconstruídas diariamente nas telas de nossa mídia. Toda as nossas narrativas são grandiosas. Todas demandam atenção. Todas estão sujeitas a interrogação e análise constantes”, afirma SILVERSTONE (2011, p. 244-245). Para explicar a influência que a narrativa da teledramaturgia exerce na sociedade brasileira, tomamos de Lopes (2009) o conceito de *recurso comunicativo*, pois enquanto tal, “a força e a repercussão da novela mobilizam cotidianamente uma verdadeira rede de comunicação, através da qual se

dá a circulação de seus sentidos e gera a chamada 'semiose social'" (LOPES, 2009, p. 31). Pois,

> Abordar a telenovela como recurso comunicativo é identificá-la como narrativa na qual se conjugam ações pedagógicas tanto implícitas quanto deliberadas que passam a institucionalizar-se em políticas de comunicação e cultura no país (LOPES, 2009, p. 32).

Dentro deste contexto, nossa proposta foi a de observar se a novela, depois de passar por uma pós-produção e ter sua narrativa legendada, continua exercendo a capacidade de criar diálogos e conversações no dia a dia das pessoas. Para Lopes (2009, p. 32), "a novela brasileira talvez seja um exemplo único de como um sistema de mídia televisiva pode ser um dos fatores a contribuir para emergência de um espaço público peculiar que nos anos atuais se apresenta como uma nova forma de construção de cidadania".

A autora também enfatiza que "'a novela é tão vista quanto falada', pois seus significativos resultam tanto da narrativa audiovisual produzida pela televisão quanto da interminável conversação produzida pelas pessoas".

> Não resta dúvida de que a novela constituiu um exemplo de narrativa que ultrapassa a dimensão do lazer e impregna a rotina cotidiana da nação. Construiu mecanismo de interatividade e uma dialética entre o tempo vivido e o tempo narrado e se configura como uma experiência comunicativa, cultural, estética e social. Como experiência comunicativa, ela aciona mecanismos de conversação, de compartilhamento e de participação imaginária (LOPES, 2009, p. 29).

A proposta é, então, detectar e refletir sobre o complexo vínculo entre telenovela e "telas em toda parte", com os múltiplos níveis das audiências/usuários a partir das diversas interações que ocorrem com as telas midiáticas. A leitura que Canevacci (2004, p. 51-52) faz sobre o tema é a de que, "o sistema telenovela constrói uma estrutura que liga (aplicando-se as temáticas de G. Bateson aos novos contextos comunicativos) aquela mente ecológica com os canais onde a comunicação viaja". Para o autor,

> (...) Os panoramas virtuais dos *vídeo-scapes* se entrelaçam aos códigos cotidianos do *visual-scape*: eles representam *o mapa e o território* do que pode ser definido como ecologia visual ou, melhor, *ecologia virtual*. O objeto fundamental para este tipo de comunicação é a forma-cidade. Esta é o contexto abstrato dentro do qual — e somente dentro do qual — se torna possível o encadeamento entre paisagens eletrônicas e suas réplicas virtuais, nas ruas ou nos edifícios metropolitanos (CANEVACCI, 2004, p. 51-52).

Fazendo uso do que diz Silverstone (2011, p. 278), que se insere no contexto dos estudos das mídias, "essa dialética de distância e proximidade, familiaridade e estranheza, é a articulação crucial do mundo tardo-moderno; e é uma dialética em que a mídia está crucialmente

envolvida". O autor ainda argumenta que, "a mídia é fundamental para nossa experiência do mundo, e é em seu alcance, através do tempo e do espaço, que essa experiência é enriquecida ou empobrecida por imagens e ideias, palavras e mundos, aos quais de outro modo não teríamos acesso".

Levando adiante esse questionamento, Martín-Barbero (2004) afirma que "hoje, o fluxo televisivo constitui a metáfora mais *real* do fim dos grandes relatos pela equivalência de todos os discursos – informação, drama, (...) –, pela interpenetrabilidade de todos os gêneros e pela transformação do efêmero em chave de produção e em proposta de gozo estético". Para ele isso significa que

> (...) a mediação estratégica introduzida pelo fluxo televisivo remete, acima da experiência estética, aos novos "modos de estar juntos" na cidade, às sociabilidades cotidianas que o caos urbano suscita, uma vez que, ao mesmo tempo que desagrega a experiência coletiva, impossibilitando o encontro e dissolvendo o individuo no mais opaco dos anonimatos, introduz uma nova continuidade: a das redes e dos circuitos, a dos *conectados.(...)*(MARTÍN-BARBERO, 2004, p.36).

A escolha do objeto desta pesquisa – a recepção da telenovela dentro de ônibus deu-se pelo fato de ser a primeira experiência desse novo lugar de recepção no país. Em concordância com Martín-Barbero (2004, p.18), que afirma que "se já não se escreve, nem se lê como antes, é porque tampouco se pode ver, nem expressar como antes", buscamos conhecer e compreender como a recepção da narrativa transmídia ficcional acontece nesse novo espaço/tempo e qual tipo de influência exerce no dia a dia das pessoas.

Longe de esgotar o assunto e acreditando alargar a compreensão dos estudos de recepção a partir desse novo lugar — o ônibus — nossa pesquisa pretende focalizar como acontece a recepção da novela como narrativa transmídia nesse novo lugar, até agora não estudado, como espaço de interação social e de compartilhamento dos sentidos desse produto cultural.

A realização deste trabalho foi também uma tentativa de deixar nossa modesta contribuição para o entendimento da recepção da teledramaturgia brasileira, quando a mesma toma a forma de narrativa transmídia, tendo como plataforma de exibição o transporte coletivo, ônibus. Além de compartilhar nossa experiência e passar adiante o que aprendemos, nossa expectativa é a de que ele possa ser útil tanto para pesquisadores quanto para aqueles envolvidos no fazer teleficção transmídia, possibilitando, assim, encontrar novos caminhos para a compreensão do diálogo permanente e em transformação que a telenovela brasileira tem com a sociedade, verdadeiro produto da cultura da nação.

A dissertação foi desenvolvida em sete capítulos assim constituídos:

No capítulo I – apresentamos a justificativa do tema, os objetivos e as hipóteses da pesquisa e metodologia.

No capítulo II – discorremos sobre o surgimento "da quinta tela", a mídia digital móvel, sua implantação na plataforma ônibus e o processo de produção e circulação de conteúdos transmídia.

No capítulo III– narramos a introdução da novela no Brasil, a partir do folhetim impresso, sua chegada na televisão, até seu transbordamento para a plataforma ônibus como narrativa transmídia. Focamos o transporte coletivo urbano como espaço comunicativo, nosso lugar de pesquisa e novo lugar de recepção.

No capítulo IV – ocupamo-nos em abordar os significados de novos lugares, temporalidades e conexões; o sujeito receptor e "novos/outros" cenários interpretativos dentro do contexto da recepção em ônibus.

No capítulo V–apresentamos a estrutura da pesquisa de campo: forma de coleta de dados; a metodologia de análise dos dados; os sentidos nas falas dos receptores durante a observação etnográfica, nas entrevistas individuais.

No Capítulo VI – discorremos sobre os resultados da pesquisa e o referencial teórico apresentado nos capítulos anteriores, expondo nossas descrições e interpretações.

No capítulo VII – expomos nossas considerações finais e as tendências relativas a esse novo espaço de recepção da novela brasileira com narrativa transmídia.

Capítulo I – Tema, Objetivos, Hipóteses, Metodologia

1.1 – Justificando o Tema de Pesquisa

Levando em conta o poder de persuasão que a narrativa da teledramaturgia brasileira exerce em nossa sociedade e que ela está se espalhando[6] para a mídia digital móvel (na forma de imagem com legenda), buscamos identificar que tipo de recepção se dá por um público[7] tão heterogêneo e itinerante, com hora marcada para chegar ao seu destino?

Segundo Jenkins (2009), "a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos". Ele acrescenta:

> A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam notícia e entretenimento (...). A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação (JENKINS, 2009, p. 43).

Nesse sentido recorremos à conceituação de que a tecnologia pode ser vista também como cultura, como afirma Silverstone (2011). E mais: observando a magia e o encantamento, percebemos que as tecnologias da mídia são, "de fato, tecnologia de encantamento", estabelecendo "um poder considerável, para não dizer aterrador, em nossa imaginação", compactuamos com autor quando diz que:

> Nesse contexto, como também em outros, podemos começar a *ver a tecnologia como cultura*: ver que as tecnologias, no sentido que inclui não só (...) o quê, mas também o como e o por quê da máquina e seus usos, são objetos e práticas simbólicos e materiais, estéticos e funcionais. É também nesse contexto que começamos a investigar os espaços culturais mais amplos em que as tecnologias operam e que lhes dão tanto seu significado como seu poder (SILVERSTONE, 2011, p.50).

Nossa justificativa pela escolha do estudo da recepção da ficção televisiva, em especial a telenovela como narrativa transmídia dentro do transporte coletivo, deu-se pelo fato de ser o

---

[6] "Spreadable": Jenkins (2013) faz uso desse termo para se referir ao espalhamento de conteúdo em diversas plataformas. "Ao ocorrer tal espalhamento, entende-se as inúmeras possibilidade destes conteúdos em diferentes espaços informativos, tornando-se pervasivo". CORRÊA (2013).

[7] São 800 mil passageiros/dia somados entre 400 coletivos de São Paulo (eram 250 dois anos atrás) e a permanência de cada passageiro no ônibus é de 45 minutos, em média. Isso significa também dizer que mais de sete milhões de passageiros usam ônibus, por mês.

gênero e o formato de um produto cultural de grande relevância para o País, com amaior audiência dentro da grade de programação da televisão. Outra justificativa que lançamos mão foi a de que, nesse novo espaço/lugar da mídia digital móvel (a plataforma ônibus) seria possível conhecer como a telenovela brasilera com narrativa transmídia é recepcionada e como acontecem as interações comunicativas e de sociabilidade no ambiente quando a telenovela torna-se um recurso de comunicação.

1.2 Sobre os Objetivos

O objetivo geral do trabalho é detectar os caminhos que a narrativa da teledramaturgia brasileira passa a percorrer no cotidiano do brasileiro, marcado pela ubiquidade dos meios e a presença cada vez mais constante das mídias digitais em convergência. O objetivo de natureza empírica é, por meio da observação etnográfica e da coleta de dados primários, tentar descobrir como se dá a relação entre essa mídia digital móvel e suas audiências; como se processa a recepção da telenovela nesse novo espaço e se ela apresenta algo de diferente. O objetivo teórico consiste em relacionar as práticas de comunicação de recepção da teledramaturgia brasileira diante das novas mídias digitais com novas vertentes dos estudos de Comunicação. Principalmente, investigar de que forma essas práticas podem ser entendidas como decorrentes da atuação da telenovela como recurso comunicativo.

1.3 Expondo Hipóteses

Se imaginarmos que, em um espaço onde milhares de usuários do transporte coletivo viajam diariamente e, na sua grande maioria, estabelecem relações com as outras pessoas, isso nos levouacreditar na hipótese de que a transmídiação e a presença humana se imbricam de forma muito particular, formando novas comunidades. Martín-Barbero (2009), em uma entrevista, diz que "quando começamos a falar de comunidades de leitores, de espectadores de novela, estamos falando de algo que é certo. O autor afirma que "uma comunidade formada por gente que gosta do mesmo em um mesmo momento. (...). É uma comunidade invisível, mas é real, tão real que é sondável, podemos pesquisá-la e ver como é heterogênea. Comunidade não é homogeneidade"[8].

[8] Essa noção de"comunidade real" foi usadapor Jesús Martín-Barbero, em entrevista ao Caderno +Mais!. *Folha de S. Paulo*, 23.08.2009.

Nossa segunda hipótese foi a de que “narrativas imagísticas” em um ambiente fechado e de grande circulação também podem ser consideradas um fio condutor capaz de pautar conversações. Para esta hipótese, compactuamos mais uma vez com Martín- Barbero (2004, p.16) quando afirma que, desde o principio, a imagem foi ao mesmo tempo meio de expressão, de comunicação e também de adivinhação e iniciação, de encantamento e cura. “Mais orgânica do que a linguagem, a imagística procede de outro elemento cósmico, cuja mesma alteridade é fascinante”.

A terceira hipótese, considerando que cidade de São Paulo – mesmo presa às suas particularidades contextuais entre o velho e o novo arquitônico, entre as multiculturalidades e as desigualdades sociais alarmantes, entre a comunhão de seus atores sociais e a luta por uma nação mais igualitária – é a maior e a mais rica metrópole do País, implica que a teledramaturgia brasileira não deixa de ser um porto seguro construído pelo imaginário e uma fiel representante de “narrativa da nação” (LOPES, 2008).

A quarta hipotese é a de que a telelenovela brasileira traz no seu contexto narrativo um grande condutor para cultura oral, não importando o lugar (plataforma) onde é exibida, nem o tipo de tecnologia ou os caminhos que percorre para chegar ao público receptor.

1.4 A Estratégia Metodológica

Durante o processo de constituição do nosso objeto de pesquisa, questionamentos vieram à tona. Primeiro, por tratar-se de um objeto que seria constituído/identificado nesse novo lugar (o transporte coletivo), que não poderia ser estudado como audiência, pois *a priori* não tínhamos como medi-la num espaço público de grande rotatividade. Segundo, se a audiência é definida como o conjunto de respostas de receptores anônimos, sem contato entre si ou com o emissor, distribuídos com dispersão geográfica etc., seria possível constituir esse objeto dentro desse contexto observando que, embora anônimos, os receptores ocupam os mesmos espaços/lugares para chegarem aos seus destinos? E, terceiro, como localizaríamos essas respostas dos receptores num espaço público circulante e de grande movimento?

O enfrentamento do desafio em busca das respostas nos conduziu à estratégia metodológica do modelo apresentado por Lopes (1997) em todas as suas fases: 1. A definição do objeto (o problema da pesquisa, o quadro teórico de referência e as hipóteses); 2. A observação (a amostragem como o *universo de investigação*, e as técnicas de observação/investigação, como observação etnográfica, entrevistas, histórias de vida, etc.); 3. A descrição dos dados

observados e a construção do “objeto empírico”; e 4. A interpretação dos dados obtidos. Isto porque, numa nova perspectiva da pesquisa de recepção, faz-se necessário combinar várias modalidades de técnicas de pesquisa, além de procedimentos de análise de discurso da narrativa.

Para atender às necessidades que um estudo de recepção exige, o trabalho foi norteado por uma metodologia multidisciplinar para análise das diversas dimensões da recepção de telenovela, com narrativa transmídia, realizando-se uma pesquisa empírica (Lopes, 1997-2009). Temáticas como condições de produção, gêneros ficcionais, cotidiano e tecnologias de comunicação estão presentes para assegurar a perspectiva da recepção.

Nosso quadro teórico de referência foi revisto por diversas vezes, novos acréscimos com introdução de vários autores foram feitos. Isso, por causa da necessidade que sentimos de desenvolver um trabalho que tivesse consistência prática e respaldo teórico, o que nos levou a uma pesquisa com um olhar mais amplo e muito próximo da sociedade contemporânea na qual estamos inseridos. Cada vez que pressentimos a necessidade de nos aprofundar sobre determinadas situações comportamentais dos atores sociais (nosso foco de pesquisa para o estudo da recepção), voltamo-nos para estudos que pudessem nos responder e esclarecer dúvidas surgidas no decorrer da pesquisa de campo.

Ou seja, isso significa dizer que todo o trabalho de campo teve como foco principal conhecer como se dá a recepção da telenovela brasileira nesse novo lugar (o espaço público dentro do ambiente do transporte coletivo) e saber de que forma ela influencia na criação de conversas que acontecem nesse espaço. Espaço de grande rotatividade, de encontro entre estranhos, onde qualquer situação, tanto de tranquilidade como de conflito, é imprevisível. Por isso recorremos ao enfoque de outras ciências, entre elas a antropologia, a sociologia e a ciência política. Isto porque nosso objetivo nesse contexto foi o de dar conta das várias dimensões que envolvem a recepção de narrativas televisuais transmídia, como objeto de pesquisa.

No que diz respeito à comunicação dentro de ônibus, levamos para nossas observações etnográficas conceituações de Caiafa (2007, p.89), que define esse como “um espaço muito singular de comunicação. São desconhecidos, completamente uns aos outros, que se deslocam – às vezes por um longo período – juntos, lado a lado. Podem também estar em situação de proximidade excessiva, nos veículos lotados”. Caiafa fala do risco ou da oportunidade que um “destino comum” reuniu aí, questionando se as pessoas “vão se observar, se vão despertar para as presenças em torno, vão se falar”.

Para compreender essa dinâmica cognitiva, lançamos mão, como etapa exploratória da pesquisa, da observação etnográfica, já que uma das primeiras questões que buscamos responder é se, a partir da narrativa ficcional transmídia, haveria algum grau ou tipo de proximidade ou comunicação entre as pessoas que fazem uso do ônibus. De acordo com Caiafa, "o desconhecido é uma variedade muda, num espaço demarcado de identidades bem definidas" (2007, p. 89).

Na segunda etapa da pesquisa de campo, incluímos o "olhar etnográfico: *De perto e de dentro*" de Magnani (2002), com a proposta de "identificar, descrever e refletir sobre aspectos excluídos da perspectiva daqueles enfoques que, para efeito de contraste", são por ele qualificados como "*de fora e de longe*". Com essa perspectiva vivenciamos por vários dias o cotidiano de pessoas que fazem uso diário de um ou mais de um transporte coletivo. Iniciamos conversações, compartilhamos espaços, ouvimos suas opiniões sobre vários aspectos, em particular, a recepção da novela exibida no ônibus.

O relato da observação etnográfica, que apresentaremos mais adiante, tem por finalidade expressar essas experiências e o leque de relações estabelecidas no de correr do trabalho de campo, como teoriza Magnani (2002, p. 18): "hibridização", (...), "não lugares", "configurações espaços-temporais", (...), e outras. Assim, partimos "dos atores sociais em seus múltiplos, diferentes e criativos *arranjos* coletivos (...)".

Para compreender como acontece a recepção da narrativa transmídia e quais mediações são preponderantes nessa plataforma midiática na composição dos hábitos e atitudes desse público, nossa proposta foi de conjugar e fazer coexistir a linguagem da experiência, de estar e pensar no trabalho de campo, com a linguagem da teoria, visando racionalizar quando e como isso ocorre.

Capítulo II – O Percurso da Mídia Digital Móvel no Brasil

2.1 – Surgimento da Quinta Tela

Muitas das mudanças nas formas de comunicar da sociedade contemporânea começaram no final século passado e no início deste século XXI, em especial na primeira década. As inovações tecnológicas trouxeram a criação e a popularização de novas plataformas que vêm permitindo a disseminação de produtos comunicacionais, alterando substancialmente a prática de informar e de entreter dos meios de comunicações, até então conhecidos. Para melhor explicitar o percurso da Mídia Digital *Out Of Home* no Brasil e sua expansão como Mídia Digital Móvel, buscamos conhecer o significado desse tipo de mídia que a Associação Brasileira de Mídia Digital *Out Of Home* (ABDOH) define como a "era da quinta tela", após a exploração do cinema, da TV, do computador e dos celulares, como meio de divulgação de conteúdo.

Numa definição simplificada, Mídia Digital *Out Of Home* são as telas ou aparelhos de TVs que são vistos espalhados pelos mais diversos locais fechados, com grande circulação de pessoas. Essas telas ou monitores exibem imagens com narrativa legendada e estão instalados em aeroportos, shoppings, restaurantes, hospitais, bancos, supermercados, táxis, metrôs, ônibus e trens do país. Quase sempre possuem uma programação com conteúdo específico para uma determinada plataforma. Uma das particularidades desse segmento é o fato dele operar tanto de forma estática — telas instaladas nos principais aeroportos do país, nas grandes redes de lojas, de supermercados, etc. — como na forma móvel, utilizando plataformas como ônibus, metrô, celulares, etc. Outra particularidade é que a maioria delas é customizada.[9]

Pesquisa realizada pelo instituto Ipsos Marplan, voltada para segmentação Digital *Out Of Home* (DOOH), divulgada em dezembro de 2012 pela revista *Meio&Mensagem*[10], mostra o primeiro estudo que propõe fazer uma divisão do meio pela perspectiva do publico que o consome. Os dados foram coletados nos 13 mercados brasileiros que fazem parte do mapeamento do instituto e serão utilizados pela ABDOH como fonte deinformação e como

[9]O conteúdo é formado com produtos de várias empresas e de segmentos do mercado e adaptado para atender as necessidades dos clientes.
[10]Disponível em: http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2012/12/11/Quem-ve-a-midia-digital-out-of-home.html#ixzz2HmwthaJk, acesso em 14.12.2012.

provada força do meio DOOH no universo publicitário. Segundo a revista, a avaliação "mostrou que 6 em cada dez pessoas já notaram a presença de telas de mídia digital *Out Of Home* em algum estabelecimento".

A ampla disseminação dos avanços tecnológicos ocorrida nos últimos anos e o profundo impacto que essas mudanças têm gerado no comportamento dos consumidores vêm fazendo com que uma "nova ordem mundial de mídia" comece a assumir contornos mais nítidos e venha adquirindo aspectos a cada dia mais concretos no panorama da comunicação mundial. Em função dessas rápidas transformações, é crescente a preocupação entre anunciantes e profissionais de marketing e comunicação de todo o mundo, ao constatarem que as audiências estão se tornando cada dia, mais dispersas e que as mensagens são recebidas pelos consumidores de forma cada vez mais fragmentada.

É nesse contexto tumultuado de mudanças que a tradicional disputa pela "audiência" vem perdendo espaço para uma batalha ainda mais complexa e acirrada. O novo desafio da comunicação passa a ser o de potencializar a conquista efetiva da "atenção" do consumidor, num ambiente cada dia mais congestionado pela multiplicidade de estímulos e de informações. Cada vez mais as pessoas são ativas e dinâmicas. Elas estudam, trabalham, vão às compras e se divertem, mas também se comunicam, compartilham, interagem e consomem.

O número de empresas proprietárias desse tipo de segmento audiovisual midiático vem crescendo a cada ano no Brasil e elas estão presentes nos mais variados ambientes de grande circulação. Em nossa pesquisa detectamos a existência de 20 dessas empresas que se destacam no mercado, operando Mídia Digital Móvel em plataformas estáticas ou móveis. Três delas operam no transporte coletivo, usando como plataforma o ônibus, na cidade de São Paulo e em outras plataformas de grande movimento e circulação, como metrô, terminais rodoviários, ferroviários, etc. Cada uma apresenta suas particularidades. Na opinião de Jenkins (2008, p.29) "no mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia". O autor ainda acrescenta que "a circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras – dependem fortemente da participação ativa dos consumidores" (JENKINS,2008, p.29).

A TV *Bus* Mídia/Via TV Mídia, empresa pioneira na plataforma ônibus, que passou a se chamar Via TV Mídia, no final do ano de 2011, após seu embarque nas plataformas de metrô, de terminais rodoviários e de terminais de ferroviárias, exibe com exclusividade só conteúdo da TV Globo, sem áudio e com legenda – um mix de informação, cultura, esporte e lazer –

por meio de dois monitores digitais de LCD com 22, 24 ou 26 polegadas, instalados estrategicamente no interior dos ônibus de linha e nas demais plataformas onde opera.

O conteúdo é composto por resumos dos capítulos das novelas, matérias do *Fantástico* e do *Jornal Nacional*, dentre outros programas da emissora. Para atender à necessidade nesta nova mídia digital, a Via TV Mídia e a Rede Globo criaram um formato próprio exclusivo, utilizando tarjas com a logomarca de cada programa veiculado, que foi exibido no dia anterior na TV aberta. O *looping* (tempo de duração da programação) de uma hora é composto por sete programas: jornalismo, quatro novelas, vinhetas, campanhas publicitárias e informes. Para cada conteúdo existe um limite de duração estipulado com a finalidade de prender a atenção do usuário do transporte coletivo.

O resumo de um produto jornalístico pode chegar até três minutos de exibição, dependendo da importância do conteúdo. Já os resumos das novelas seguem uma métrica própria, de 10% do tempo total do programa. A novela das 18h, por exemplo, que tem 50 minutos, é reeditada para 5 minutos. Os textos (legendas) também seguem uma métrica estabelecida, que favorece a leitura em qualquer ponto dentro dos ônibus. Cada tarja contém 30 caracteres divididos em duas linhas e dura no mínimo 5 segundos. A programação é exibida durante todo o dia, enquanto o ônibus estiver em movimento. No final do dia, os ônibus retornam à garagem para *check-up* e reabastecimento. É nesse momento que a programação em *Pendrive* é substituída por uma nova, via portador.

Segundo o *site* da Via TV Mídia, agrade de programação, produzida com base em pesquisas realizadas pela empresa SPTrans, é diversificada: principais momentos das novelas, matérias do Fantástico, Jornal Nacional, Globo Repórter, dentre outros programas de grande credibilidade que são renovados diariamente.

A *Bus* TV ou *Bus* TV Brasil Publicidade S/A é uma empresa com investimentos estrangeiros e nacionais, detentora de uma rede de TV *Out of home* que gera e transmite seu próprio conteúdo, numa programação diária com duração de uma hora, exibida durante todo dia, enquanto o ônibus estiver em movimento. A estrutura da distribuição de monitores de TV instalados dentro de cada ônibus é semelhante à existente na Via TV Mídia. Mas a grade da programação da *Bus* TV é dividida: o conteúdo nacional é desenvolvido para ser exibido por todas as afiliadas, com programas de produção própria e outros fruto de parcerias nacionais de conteúdo. Já o conteúdo local diz respeito à grade de programação que é desenvolvida pelas afiliadas por meio de parcerias locais ou com produção parcial local.

O conteúdo da programação é muito diversificado e dividido em seções: Almanaque, Economia doméstica, Saúde, Horóscopo, Beleza**,** Trabalho e Carreira, Teatro e Cinema, Utilidade pública, além de jornalismo, são algumas delas. Em novembro de 2010, a *Bus* TV iniciou parceria com a TV Record, incluindo parte da programação da emissora na grade do conteúdo exibido no Rio de Janeiro.

Em março de 2012, a parceria foi ampliada ea grade da TV *Out of Home* (OOH) passou a contar diariamente com 20 minutos da programação da Record em toda sua rede. A Rede *Bus* TV está presente em São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Brasília, Fortaleza e São Luís, além de Sorocaba (SP).

A TVO– da Band *Outernet*, do Grupo Bandeirantes, está no mercado desde 2007, tendo embarcado primeiro nos vagões do metrô da cidade de São Paulo. Em seguida passou a exibir seu conteúdo também na plataforma ônibus. O segmento da mídia digital móvel exibe conteúdo específico para o tipo de mídia, com uma programação variada que inclui editoriais de esporte, tecnologia, emprego, economia, saúde, educação, cultura, serviço, meio ambiente e notícias.

2.2 – Implantação da Mídia Digital Móvel nos Ônibus da Cidade São Paulo

Conforme afirmamos, a Mídia Digital Móvel foi implantada no transporte coletivo da cidade, mais especificamente no ônibus, como resultado de uma busca para solucionar as dificuldades enfrentadas pelo tradicional segmento publicitário de *outdoors* no maior mercado consumidor do País, a cidadede São Paulo, quando entrou em vigor a Lei Cidade Limpa. Contrariando o setor comercial e as agências de publicidade exterior, a lei sancionada pelo prefeito Gilberto Kassab em 1º de janeiro de 2007 regula o tamanho de letreiros e placas de estabelecimentos comerciais e proíbe a propaganda em *outdoors* na cidade, tirando de cena uma verdadeira guerra de propaganda visual até então existente.

Com a lei em vigor, a cidade apresenta uma nova paisagem para a população e os visitantes, permitindo ver a arquitetura de prédios e casas, antigos e novos, além de toda beleza da grande metrópole. Quem mora na cidade e viaja para outra costuma estranhar quando dá de cara com a poluição visual existente, de tão incorporada que lei está na mentalidade paulistana. Tamanha mudança na comunicação visual da cidade obrigou os setores afetados a criarem novos caminhos para se manter no mercado. A Mídia Digital Móvel, na plataforma ônibus, nasceu dessa busca e criou um novo espaço/lugar para recepção da "narrativa transmídia", objeto da nossa pesquisa.

O fato de, até então, não existir uma publicação que contasse em detalhe de que forma surgiu essa mídia móvel, tendo como plataforma o ônibus que exibe com exclusividade parte da programação da TV Globo com "narrativa transmitia", como funciona tecnologicamente e quais as perspectivas futuras para essa nova mídia, todas essas razões nos conduziram a uma entrevista com Roberto Ciccarelli, diretor da Bus Mídia/Via TV Mídia, empresa pioneira na implantação da mídia móvel digital na plataforma ônibus.

Ciccarelli relatou que, depois de 15 anos no mercado, atuando com publicidade externa em todo Brasil e, em especial, no Estado de São Paulo, precisou recomeçar sua vida profissional, bem antes da entrada emvigor da Lei Cidade Limpa:

> *Um ano antes de entrar em vigência, todas as empresas do mercado publicitário foram chamadas a tomarem conhecimento, através da administração da Prefeitura da cidade, de todo teor da Lei. O fato de sermos especializados em mídia exterior nos levou ao recomeço, desta vez, idealizando a possibilidade de implantar um sistema de*

> *publicidade interna dentro dos transportes coletivos, no estilo painel, que fosse diferenciado do que já existia*.[11]

As ideias foram surgindo uma atrás da outra e colocadas no papel para se transformarem em projeto, mas foi numa viagem de negócios ao Rio de Janeiro em busca de novas alternativas no mercado e no encontro com um amigo — que tinha conhecimento de seus planos para continuar no mercado publicitário e já havia sugerido que fizesse uma viajem para Europa, especificamente para Portugal, onde teria oportunidade de conhecer como o transporte coletivo é usado como plataforma diferenciada para publicidade, além levar entretenimento para os passageiros —, que a ideia de usar mídia digital móvel no transporte coletivo ficou mais visível.

> *Pedi mais informações e ele gentilmente me transmitiudizendo que, dentro de cada veiculo coletivo, existiaum aparelho de TV instalado, apresentando a programação de uma determinada emissora, com inserções de comerciais. Voltei para São Paulo apostando positivamente na sugestão, não perdi tempo, uma semana depois, já estava em Portugal para conhecer o sistema.*

Durante vários dias, Ciccarelli viajou de ônibus, percorrendo diversos trajetos, entrando e saindo de coletivos, com objetivo inicial de observar o comportamento dos usuários desse meio de transporte urbano de Lisboa, para depois conhecer a empresa portuguesa responsável pela implantação da mídia móvel no transporte coletivo da cidade, a *Bus* TV. Sua primeira observação foi a de que na Europa, especificamente em Lisboa, não há superlotação nos transportes coletivos, as pessoas não andam empilhadas, existe conforto e o número de usuários de ônibus é bem menor que nas grandes capitais brasileira. Em seguida, conheceu o faturamento da *Bus* TV que, na época, era de 50 mil euros por mês e, lá mesmo, começou a fazer cálculos do número de pessoas que usavam transporte coletivo em São Paulo, comparando com a capital de Portugal, Lisboa.

> *Em São Paulo o número de usuários chega a 80%, enquanto em Lisboa este número varia entre 10 e 15% . Concluí que, se lá deu certo, na capital de São Paulo haveria de 6 a 7 vezes, mais chance de dá certo, pelo número de pessoas que usam o transporte coletivo e gostam de programas de televisão. Voltei para São Paulo com a certeza que aquele tipo projeto daria certo no Brasil. Levar informação e entretenimento, por meio de uma nova plataforma era meu objetivo*.[12]

---

[11]Entrevista concedida à autora por Roberto Ciccarelli, em São Paulo, em: 06.04.2011
[12]Idem

De volta a São Paulo, o diretor da Bus Mídia/Via TV Mídia foi conhecer as pesquisas realizadas pelo sistema da SPTrans (São Paulo Transporte), com a finalidade de averiguar o número de usuários do transporte coletivo na cidade e saber qual o perfil desses passageiros. Com base nas informações obtidas, buscou, em conjunto com o sistema da SPTrans, realizar outra pesquisa com as empresas de transporte coletivo, para saber dos usuários que tipo de programa eles gostariam de assistir durante suas viagens. O tipo de programa com maior índice de aceitação estava relacionado ao conteúdo de televisão (telejornal, telenovela, cultura, lazer, conteúdo de utilidade pública, etc.). Com o resultado da pesquisa em mãos, veio a confirmação de que estava no lugar certo para implantar seu projeto já que, segundo ele, em São Paulo, assim como em todas as grandes metrópoles brasileiras, as pessoas sofrem com transportes superlotados; em média, perdem 30% do horário profissional dentro dos coletivos e quase sempre chegam estressadas no trabalho.

> *O resultado da pesquisa foi animador, quando observamos que as programações das emissoras de televisão foram citadas como exemplo de entretenimento. Juntamos essa resposta positiva à divulgação de uma pesquisa da Datafolha que apontava aceitação de 88%, dos usuários para programa de televisão. Assim, foi simples concluir que tínhamos que oferecer para o usuário do transporte coletivo conteúdo de qualidade e que fosse renovado diariamente. Com apoio da prefeitura da cidade e da secretaria dos transportes, o projeto ganhou vida e começamos a desenvolvê-lo.*[13]

Para viabilizar a implantação do projeto na cidade de São Paulo, Roberto Ciccarelli iniciou sociedade com a empresa portuguesa *Bus* TV e estabeleceu uma parceria com alguns empresários de transporte coletivo para que 150 ônibus fossem utilizados como teste. Paralelamente as essas ações, correu atrás de parcerias com as emissoras de TV. Por se tratar de uma plataforma midiática até então desconhecida, algumas empresas de comunicação não manifestaram interesse. Mas com a Rede Globo foi diferente, a emissora abraçou a viabilização do projeto com interesse e entusiasmo. Em seguida, rodadas de negociações foram iniciadas com objetivo de se criar um modelo de programação que proporcionasse a satisfação do usuário com o mesmo padrão de qualidade do conteúdo produzido e exibido pela Rede Globo de televisão. Tudo caminhava muito bem até que os empresários do meio de transporte coletivo, que haviam cedido os 150 ônibus numa parceria, observando que uma programação de TV dentro do veículo teria uma grande aceitação, resolveram reivindicar sociedade no negócio.

---

[13]Idem

> *Ficamos em um fogo cruzado, porque éramos sócio fundador da Bus* TV *no Brasil, mas os empresários também eram nossos parceiros em trabalhos publicitários anteriores. Fizemos um acerto com Bus* TV *de Portugal e fundamos a Bus* Mídia, *hoje,* Via TV Mídias, *já que estamos presentes não só nos ônibus como também nas plataformas de metrô, de terminais rodoviários e de redes ferroviárias de várias capitais brasileiras. Isso significa dizer que nosso modelo de negócios envolve todos os empresários do setor de transporte coletivo onde operamos e todos são sócios*.[14]

Durante as negociações para viabilização do projeto e a sua implantação na plataforma móvel ônibus, foram realizados estudos para definir, além da questão tecnológica, que tipo de conteúdo faria parte de uma programação compacta. Depois de muitos testes, chegou-se a um modelo de conteúdo com uma programação compacta, contendo resumos das telenovelas, jornalismo e outros conteúdos como os do Fantástico, do Globo Repórter e de variedades, ou seja: um modelo de conteúdo baseado em entretenimento e informação. No inicio, a programação tinha legenda, depois a narração passou a ser contada em legenda, como uma história.

> *Sabíamos que o grande filão estava no conteúdo de programas de grande repercussão, principalmente no conteúdo de novela. Depois de fecharmos contrato, a Globo instalou em 30 ônibus seu conteúdo, apresentando um pacote compacto da sua programação, incluindo os resumos de todas suas telenovelas. Não deu outra, a novidade foi bem recebida e, hoje, mais de 400 ônibus possuem a mídia digital móvel instalada no seu interior.*[15]

Na estrutura construída, com os provedores de conteúdos e de serviços, no transporte coletivo/ônibus, a mídia *out of home* (OOH) opera com dois monitores digitais de LCD com 22, 24 ou 26 *widescreen (polegadas)*, instalados estrategicamente no interior de cada veículo de linha que possui piso total baixo e tem capacidade para transportar, em média, mil e vinte pessoas por dia. A programação empacotada com conteúdo da TV Globo, apresentada na mídia móvel digital, é sempre a do dia anterior, tem uma hora de duração e é exibida durante todo dia, enquanto o ônibus estiver em movimento.

> *A frota que é usada como plataforma é composta por veículos com piso total baixo, o que proporciona um ganho de espaço significativo em relação aos demais ônibus do transporte coletivo do Brasil, permitindo acomodar 15% a mais de passageiros. Diariamente, os ônibus retornam à garagem para check-up e reabastecimento. É durante a permanência do veículo na garagem que a programação*

---

[14]Idem
[15]Idem

> *exibida, enquanto o ônibus esteve em movimento, é substituída por uma nova.*[16]

Hoje, na cidade de São Paulo, o número de pessoas que usam esses ônibus como meio de transporte para ir e voltar do trabalho, além de outros afazeres, chega a cerca de 800 mil passageiros/dia, somados os 400 coletivos que apresentam conteúdo da TV Globo (eram 250 dois anos atrás). A permanência de cada passageiro no ônibus é de 45 minutos, em média. Isso significa também dizer que mais de 7 milhões de passageiros/mês usam ônibus como meio de transporte. Até o momento presente, nem TV Globo nem Via TV Mídia realizaram pesquisas especificas para avaliar o tipo de recepção que o usuário de ônibus faz dos resumos das teledramaturgias que ocupam o maior espaço da programação compacta. O que a empresa tem são pesquisas internas, realizadas em conjunto com os sistemas das SPTrans, e elas mostram que a exibição do conteúdo da programação da Rede Globo é bem recebida. Os resumos dos capítulos das telenovelas são um dos conteúdos que mais chama a atenção dos usuários, por vários motivos:

> *Muitas pessoas não conseguem assistir sua telenovela preferida em casa, quase sempre se encontram no transito no horário normal de exibição, outras, mesmo estando em casa, têm outras tarefas a cumprir naquele horário. Então, mesmo assistindo o resumo compacto da sua novela proferida, ela consegue acompanhar o desenrolar da história. Ela acompanha as telenovelas das seis, das sete, das oito, dentro do ônibus, na ida ou na volta do trabalho, assim como outros programas. O pessoal manda e-mail para a SPTrans cobrando até mesmo maior tempo para o resumo das telenovelas.*[17]

Mesmo sem a realização de uma pesquisa voltada exclusivamente para recepção da telenovela (conteúdo com maior espaço na programação oferecida), o diretor da Bus Mídia/Via TV Mídia afirma que tanto sua empresa como a TV Globo oferecem conteúdos baseados em pesquisas realizadas pela SPTrans e em estudos de mercado, tendo sempre como objetivo principal levar informação e entretenimento ao usuário do transporte coletivo que enfrenta diariamente o caos da cidade para chegar ao seu destino.

> *É sempre a preferência do consumidor que é levada em conta pela TV Globo e por nós. E para enfatizar que estamos no caminho certo, segundo o jornal Meio & Mensagem de 27 de setembro de 2010, levantamento da Ipsos Marplan realizado na Grande São Paulo, 47% dos entrevistados assistiram a alguma mídia fora de casa nos sete dias anteriores e 67%, nos 30 dias que antecederam a pesquisa. O índice de lembrança da OOH (out of home) nos ônibus chega a 18%*

[16] Idem
[17] Idem

> *em sete dias e 32% em 30 dias – de longe, o maior entre os dez locais indicados. O instituto conclui que TV digital OOH em locais mais populares tende a ter altos índices de cobertura.*[18]

A Bus Mídia/Via TV Mídia, que nasceu em 2007 na cidade de São Paulo, também está em Brasília desde 2009 (com uso de novas tecnologias, desde abril de 2011, a programação exibida no Distrito Federal, possibilita entrada ao vivo com sinal do canal da Rede Globo, como em plantões do jornalismo), em João Pessoa (PB) e no Rio de Janeiro (RJ), que tem a mesma programação compacta exibida dentro de uma parcela da frota de ônibus urbanos da cidade de São Paulo e nas plataformas das 52 estações do metrô paulista, que tem um potencial de 4,4 milhões de espectadores/dia.

> *Um dos objetivos para o futuro é o de obter tecnologia que permita a entrada ao vivo dentro da programação compacta, exibida em todas as plataformas, assim como já acontece em Brasília. O maior impasse para transmissão de algum programa, como plantão de jornalismo, por exemplo, entrar ao vivo, na cidade de São Paulo e em outras cidades onde a empresa opera, ainda é o áudio que, sem aval das prefeituras, tem de ser acessado pelo passageiro via estação de FM.*[19]

Figura 1 - A telenovela na Mídia Digital Móvel (Plataforma ônibus)
Fonte: Via TV Mídia

[18] Idem
[19] Idem

2.3 – Processos de Produção e Circulação de Conteúdo Transmídia

Em uma de suas passagens pelo país, Henry Jenkins declarou que "o Brasil tem tudo para se tornar um polo mundial de transmissão de uma nova cultura transmídia" e que estava "apostando nisso". Sua justificativa para essa aposta é de que "o Brasil, apesar de suas dimensões continentais, conseguiu preservar uma grande riqueza cultural própria, resistindo em parte à grande pressão massificante que vem do Primeiro Mundo, especialmente dos EUA"[20]. Jenkins (2008, p. 384) define narrativa transmitia como sendo "histórias que se desenrolam em múltiplas plataformas de mídia, cada uma delas contribuindo de forma distinta para nossa compreensão do universo", e é exatamente isso que acontece com uma parte do conteúdo da programação da TV Globo quando transborda para mídia digital móvel, na plataforma ônibus.

A narrativa nesta plataforma tem como base o contexto original que passa por uma pós-produção — que também podemos chamar de uma nova edição ou reedição —, onde as imagens são compactas, o áudio é retirado e a nova edição/reedição de cada conteúdo recebe uma narrativa legendada da história ou do fato. "Inserida no cenário de convergência digital e globalização, a indústria midiática, da qual a TV é um dos braços mais importantes, orienta-se cada vez mais pelo surgimento de formas culturais que não estão mais baseadas em um *medium*, mas em um conjunto de *media*, (...)" (FECHINE, FIGUEIRÔA, 2009, p.353).

Para atender à necessidade desta nova mídia digital, Via TV Mídia e a Rede Globo criaram um formato próprio exclusivo, utilizando tarjas com a logomarca de cada programa veiculado, que foi exibido no dia anterior na TV aberta, conforme já citamos.

Lia Coldibelli, coordenadora de conteúdo transmídia da Via TV Mídia explicou em entrevista como o conteúdo da TV Globo é transformado em narrativa transmídia até chegar na plataforma móvel, ônibus e nas demais plataformas. O processo de produção do conteúdo que é exibido nos transportes coletivos começa quando o conteúdo original (o apresentado na integra pela TV Globo, em sua programação normal) é gravado e, na ilha de edição da Via TV Mídia, em São Paulo, uma nova edição é produzida de forma compacta, sem áudio e com legenda narrativa da história ou fato contado. Cada plataforma tem suas particularidades. Na plataforma ônibus, cada telenovela é exibida em um único bloco (que corresponde a 10% do

[20]Entrevista publicada no jornal *O Globo*, em 31.05.2010.

que é exibido na TV aberta). No Metrô — onde a mídia digital se encontra instalada nas plataformas de espera dentro das estações e não dentro vagões —, o conteúdo jornalístico não passa de 1min30s, isso porque os monitores encontram-se posicionados nos locais de passagem do usuário, enquanto nos ônibus eles podem ser mais longos, devido ao tempo de permanência do passageiro dentro do veiculo.

> *Quando se trata da teleficção, os resumos exibidos respeitam a mesma minutagem, no entanto, no metrô, eles são divididos em três blocos. Os resumos seguem uma métrica própria estabelecida que é de 10% do tempo total do capítulo exibido pela programação original da TV. Os textos legendas também seguem uma métrica estabelecida, que favorece a leitura de qualquer ponto dentro dos ônibus.*[21]

Mais de 7 milhões de passageiros/mês fazem uso do transporte coletivo/ônibus na cidade de São Paulo; o espaço publicitário que é inserido dentro da programação, com conteúdo da Globo, é de responsabilidade da Via TV Mídia e corresponde a um total de 30% do tempo, na programação de uma hora. Mas este formato é sempre feito em comum acordo com a direção de Novas Mídias da emissora. Já a publicidade institucional corresponde a 10%, do tempo e também está inserida no total de conteúdo apresentado. O vídeo do cliente (anunciante), geralmente é enviado pela agência já pronto ou é produzido pela própria Via TV Mídia e adaptado ao formato MOV (Extensão de vídeo) pelo departamento de edição e montagem, depois encaminhado ao departamento de TI (Tecnologia da informação), que insere a campanha nos *breaks* solicitados pelo cliente. A grade de programação é gerenciada pela coordenação de conteúdo, que tem a função de monitorar as datas de início e término da veiculação, o número de inserções e as praças determinadas mediante ao recebimento da PI (Pedido de inserção) e das OSs (ordens de serviço).

> *As atualizações são feitas via web, utilizando o recurso FTP (HD virtual) de transmissão, em João Pessoa (PB) e no Rio de Janeiro (RJ). Em São Paulo a atualização, primeiro acontecia por DVD, hoje é feita por meio Pendrive (via portador), mas o sistema está sendo atualizado. Com relação à transformação do conteúdo exibido na TV para a mídia digital, o processo é bem parecido, mas tem suas particularidades.*[22]

A participação da Rede Globo de Televisão na elaboração da grade de programação com narrativa transmídia é sistemática junto à Via TV Mídia e vai além do fornecimento da sua programação original. A parceria consiste na manutenção do padrão de qualidade da

---

[21]Entrevista concedida à autora por Lia Coldibelli, em São Paulo, em: 11.05.2011
[22]Idem

emissora, nada vai ao ar sem a aprovação da direção de Novas Mídias, como já dissemos. Coldibelli esclareceu que existe um roteiro que é seguido rigorosamente para que nada vá ao ar sem consentimento da emissora. A primeira tarefa é gravar o conteúdo original da programação que está sendo exibida na TV, observando os diálogos e as imagens que irão fazer parte da grade de programação da Via TV Mídia. Com base no contexto de diálogo e imagem, entram na ilha de edição para uma reedição do material, onde criam uma nova narrativa bem enxuta, com legenda, e que dialogue com a imagem apresentada. Cada conteúdo recebe uma tarja com sua logomarca de identificação, nela também é editada a legenda narrativa da história ou do fato.

> *Em seguida todo material gravado e pré-editado é enviado à direção de Novas Mídias da Rede Globo, junto com a publicidade que fará parte da programação que será exibida pela Via TV Mídia. Após a liberação, todo material é gravado em definitivo e enviado por meio de Pendrive, (via portador) para os terminais das empresas de transportes, que são conveniadas com Via TV Mídia. Para as praças fora de São Paulo, como João Pessoa (PB) e o Rio de Janeiro (RJ), o material é entregue via web. Quando a direção de Novas Mídias não concorda com a edição, de imediato comunica à nossa coordenação para as devidas correções. Como já foi dito, o padrão de qualidade da TV Globo é seguido em todos os sentidos*.[23]

Fechine e Figueirôa (2009, p. 366), assumem "como pressuposto que não podemos pensar os fenômenos de transmídiação sem reconhecer que a televisão se tornou o meio de comunicação mais influente do país". Tendo como conteúdo de maior audiência a telenovela, a TV Globo é a emissora que mais investe no espalhamento de suas narrativas ficcionais para outras plataformas.

Por outro lado, não é de hoje que folhetins fazem sucesso no cotidiano da nossa sociedade, conforme contextualizaremos no próximo capítulo.

[23]Idem

Figura 2 - Plataforma do Metrô de São Paulo - Estação Paraiso – Integração Vila Madalena
Fonte: Via TV Mídia

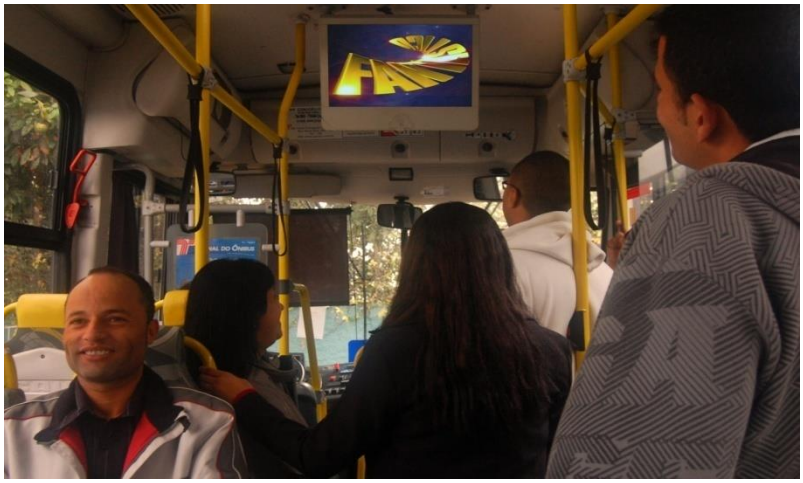


Figura 3 - Plataforma ônibus de São Paulo
Fonte: Via TV Mídia

Capítulo III – A Trajetória da Telenovela no Brasil: Algumas Anotações Teóricas

3.1 – Do Folhetim Impresso à Teledramaturgia: Um Pouco de História

Considerando a importância do papel da telenovela como produto cultural, construímos um referencial teórico, conceitual e contextual iniciando este capítulo com um breve histórico sobre o surgimento da narrativa em folhetim, já que com o passar dos anos o conteúdo da narrativa ficcional brasileira transformou-se em um dos mais marcantes no cenário midiático do País. Martín-Barbero (1997) aponta o surgimento do folhetim como o primeiro tipo de texto escrito no formato popular de massa, no século XIX, na França, onde foi ignorado pela burguesia, até finais dos anos 1960. Para Meyer (2005) "a palavra folhetim designa muitas coisas, e, efetivamente, nasceu na França, há que ir ver o que o termo recobre lá na matriz".

> De início, ou seja, começos do século XIX, *le feuilleton* designa um lugar preciso do jornal: o *rez-de-chaussée* — rés-do-chão, rodapé — , geralmente o da primeira página. (...). Aquele espaço vale-tudo suscita todas as formas e modalidades de diversão escrita: nele se contam piadas, se fala de crimes e de monstros, se propõem charadas, se oferecem receitas de cozinha ou de beleza; aberto as novidades, nele se criticam as ultimas peças, os livros recém-saídos (...) (MEYER, 2005, p. 57-58).

A inserção da ficção só começou a fazer parte do folhetim (espaço vazio ou rodapé) de um jornal francês no ano de 1836, com a publicação de histórias narradas em fatias, ou seja, com a fórmula "continua amanhã", levando as empresas jornalísticas aumentar o número de assinantes interessados no final das histórias e, consequentemente, a grandes lucros.

> No começo da década de 1840 a receita está no ponto, é o filé mignon do jornal, grande isca para atrair e segurar os indispensáveis assinantes. Destinado de início a ser uma outra modalidade de folhetim, o então chamado folhetim-romance vai se transformar no *feuilleton tout court*. Brotou assim, de puras necessidades jornalísticas, uma nova fórmula de ficção, um gênero novo de romance: o indigitado, nefando, perigoso, muito amado, indispensável folhetim "folhetinesco" de Eugêne Sue, Alexandre Dumas pai, Soulié, Paul Féval, Ponson du Terrail, Montépin, etc, etc (MEYER, 2005, p. 59).

No Brasil, fazendo uso do formato original do folhetim, escritores do porte de José de Alencar (1829 – 1877) e de Machado de Assis (1839 –1908) apresentaram seus romances, em "doses homeopáticas" em jornais. Anos após sua formatura em Direito, José de Alencar ingressou na carreira literária como folhetinista no jornal *Correio Mercantil* com *Ao correr da pena* e conseguiu notoriedade, abordando o cotidiano da velha São Paulo de 20 mil habitantes. No

ano de 1874, Machado de Assis, produziu o romance *A mão e a luva* em uma sequência de publicações realizadas dentro do jornal *O Globo*, na época, mantido por Quintino Bocaiúva.[24] Mesmo com avanço do cinema, o folhetim continuou com o seu espaço narrativo fazendo história. Mas, foi nos anos de 1940 que o gênero se popularizou no Brasil. Isto aconteceu porque o tipo de narrativa chegou ao rádio e as chamadas radionovelas, escritas e assinadas por autores de folhetins latino-americanos, ganharam espaço e audiência nos lares brasileiros.

Um dos escritores mais conhecidos, até então, foi Felix Caignet, autor do melodrama *O Direito de Nascer*, transformada anos depois numa longa telenovela (1964-1965), produzida e exibida pela PRF-3 TV TUPI de São Paulo, primeira emissora de televisão do Brasil e da América Latina, inaugurada em setembro de 1950 e extinta em julho de 1980. Na opinião de Pallottini (2012, p. 24) "a ficção de TV utilizou toda a experiência desses dois veículos, o teatro e o cinema, e acrescentou-lhes os recursos do rádio, sem esquecer uma das mais ricas e permanentes fontes de matéria ficcional, a narrativa pura, a literatura de gênero épico, escrita ou não". Para a autora,

> Tudo isso junto, teatro, narrativa, cinema, rádio e mais alguma coisa peculiar, redundou nas histórias televisadas, cada vez mais atraentes, na medida em que veicula um conteúdo intencionalmente simples, tornado interessante pela utilização de técnicas mais sofisticadas e, ainda, de atores cada vez mais mitificados e idolatrados (PALLOTTINI, 2012, p.24-25).

No período de 1947 a 1960 surgiram várias revistas que publicavam, na sua maioria, conteúdo de narrativas ficcional em capítulos — com um misto de romance, aventura e melodrama familiar, quase sempre com final feliz, inspiradas nos folhetins do século XIX —, e abriu um filão no mercado editorial. A revista *Grande Hotel*, da Editora Vecchi, nasceu em 1947 publicando histórias ficcionais ilustradas em quadrinhos, três anos depois adotou o formato de fotonovela. Em 1952, a Editora Abril decidiu inovar e lançou a *Capricho* que trazia uma única fotonovela, publicada na integra. A publicação tornou-se a mais popular do país, com tiragem mensal de 500 mil exemplares durante o ano de 1956, tendo no seu conteúdo de melodramas, enredos de filhos bastardos, amores proibidos, além de maquiavélicas histórias de vinganças.

Mas quem pensa que esse tipo de gênero da ficção era apreciado apenas pelos leitores menos letrados, está redondamente enganado. O dramaturgo Nelson Rodrigues, por exemplo, foi um grande admirador do folhetim clássico, chegou a declarar que não acreditava em novela realista e escreveu: "gosto de fantasia, quanto mais delirante, melhor. (...). Se eu pudesse,

[24] Informações sobre os escritores obtidas no site www.brasilescola.com/biografia/ordem-m.htm. Acesso em: 20.06.2011

todas as novelas seriam *O Conde de Montecristo*, *Memória de Médico*, *A Morta Virgem*"[25]. Na década de 1960, surgiu *Sétimo Céu*, da Editora Bloch, abrasileirando os temas e os personagens para aproximar-se ainda mais dos leitores. Fotonovelas estreladas por cantores como Roberto Carlos, Jerry Adriani, Wanderléa, Ronnie Von, entre outros, e atores como Sérgio Cardoso e Regina Duarte fizeram sucesso nos folhetins brasileiros da época.

A chegada da Televisão no Brasil, em 1950, levou o folhetim em forma de teatro para dentro dos lares de alguns privilegiados, já que o número de aparelhos era muito baixo, assim como poucos também eram os que tinham condições financeiras para adquirir um aparelho de TV. Segundo Pallottini (2012, p.24), "respeitados certos limites da realidade social, sempre que se trate de gente que escapa à miséria absoluta ou à riqueza total, digamos assim, o aparelho de televisão passou a fazer parte do cotidiano da humanidade, indispensável, como o fogão e a cama, nas moradias comuns".

O teleteatro reinou por mais de uma década, logo depois chegou à vez do folhetim entrar em cena no formato de telenovela, com exibições de poucos capítulos ao vivo, por semana. *25499 – Ocupado* (TV Excelsior, 1963), adaptada de um texto argentino, marcou o primeiro período da telenovela no formato diário. Logo depois foi a vez de *O Direito de Nascer*, exibida pela TV Tupi em 1964/1965. Os enredos dessas telenovelas traziam histórias melodramáticas ambientadas em culturas de outros países, sempre românticas e fantasiosas na forma maniqueísta.[26] Ou seja, todo o universo das tramas era fundado na briga "Bem *versus* Mal". Quanto à origem do termo "novela", Pallottini (idem, p. 31) esclarece de onde se deriva o sentido atual do gênero:

> (...) a palavra *novela* remonta do italiano *novella*, portanto, ao latim *novellus*, *novella*, *novellum*, adjetivo, diminutivo, originário de *novus*. Do sentido de *novo*, a palavra derivou para o de *enredado*. Substantivando-se e adquirindo denotação especial, durante a Idade Média acabou significando *enredo*, entrecho, vindo daí *narrativa enovelada*, *trançada*. Durante algum tempo, a palavra foi empregada no sentido de narrativa fabulosa, fantástica, inverossímil (inverossímil!). Só no romantismo, mercê da profunda metamorfose cultural desencadeada em toda parte, é que a palavra *novela* ganhou a significação literária que possui atualmente (PALLOTTINI, 2012, p.31)

Foi também na TV Tupi que nasceu uma nova era da telenovela (adoção do vídeo-tape), com *Beto Rockfeller* (1968), de Bráulio Pedroso, que abrasileirou de fato o enredo. Com o

---

[25] Declaração transcrita da publicação: *A Revista no Brasil*, da Editora Abril, 2000.

[26] Doutrina do persa Mani ou Manes (séc. III) da qual se criou uma seita religiosa que teve adeptos na Índia, China, África, Itália e Sul da Espanha, e segundo a qual o Universo foi criado e é dominado por dois princípios antagônicos e irredutíveis: Deus, ou o bem absoluto, e o diabo, ou o mal absoluto.

fechamento da TV Tupi, a TV Globo passou a ser a grande produtora de telenovela, sob o comando da cubana Glória Magadan, até o ano de 1969. Com a popularidade das emissoras de TV no Brasil, o número de telespectadores fascinados pelos telefolhetins aumentou, principalmente, no público feminino. A TV Excelsior, que entrou no ar em julho de 1960 e foi extinta em outubro de 1970, foi aprimeira emissora que introduziu na programação a telenovela diária e com horário determinado para exibição. A TV Globo, fundada em abril de 1965, usou da mesma estratégia, culminando no grande sucesso verificado até os dias atuais, dentro e fora do Brasil. Talvez seja também esse o motivo pelo qual a partir dos anos 1970 o folhetim eletrônico sepultou a fotonovela, embora a revista *TV Sucesso*, da Bloch, tenha criado a "fotonovela", com temas baseados em fatos reais. Já as revistas *Contigo!* e *Intervalo*, da Editora Abril, *Amiga*, da Bloch, e *Cartaz*, da Rio Gráfica, passaram a tratar da sua sucessora, a telenovela.

Lopes (2009, p.24) conceitua que "a consolidação da telenovela como gênero mais popular e lucrativo da televisão está fortemente vinculada a uma mudança de linguagem por autores brasileiros a partir do trabalho acumulado no rádio e no cinema". Isso não significa dizer que a telenovela brasileira deixou de ser regida pelos cânones folhetinescos do gênero, só porque passou contextualizar no seu enredo assuntos contemporâneos vivenciados pela sociedade. Ou seja, a telenovela traz sempre no seu contexto a eterna briga entre o bem e o mal, amor e ódio, traições, ambições, etc., mas tudo isso dentro de uma realidade possível, ambientada no contexto social da nação, cultural e política. Lopes ainda diz que

> A oposição entre novelas "realistas", críticas da realidade social, cultural e política do país, e novelas "sentimentais", ou dramalhões feitos para fazer chorar, marcou o debate entre os profissionais da telenovela, assim como a literatura sobre o tema e a opinião da audiência (LOPES, 2009, p.14).

Na opinião de Motter (2003, p. 41), foi o contexto narrativo de *Beto Rockefeller* que deu inicio à mudança na telenovela brasileira, distanciando-se do modelo clássico, melodramático e maniqueísta da novela. Para a autora, "embriões de problemas que hoje estão no primeiro plano das tramas vieram sendo disseminados e evoluindo paulatinamente, nas telenovelas que preencheram o espaço que vai de 1969 a 1998". Ao abordar a telenovela brasileira, Lopes (2009, p. 25) diz que foi a partir dela que começou a ser construído o que chama de "recurso comunicativo da telenovela brasileira", acrescentando que "esse paradigma trouxe a trama para o universo contemporâneo das grandes cidades brasileiras". Lopes ainda afirma que,

> O uso de gravações externas introduziu a linguagem coloquial, o humor inteligente, uma certa ambiguidade dos personagens e, principalmente, um repertório de referências compartilhado pelos brasileiros. Sintonizou as

> ansiedades liberalizantes de um público jovem, tanto masculino como feminino, recém-chegado à metrópole, em busca de instrução e integração nos polos de modernização (LOPES, 2009, p. 25).

A dedicação ao aperfeiçoamento na produção do gênero de ficção da Rede Globo distingue a telenovela brasileira das outras, sejam nacionais ou estrangeiras, o que vem permitindo o reconhecimento da telenovela como produto cultural de maior audiência televisiva e um número cada vez maior de exportações da mesma, segundo Motter (2003, p.41). Quando contextualiza o paradigma "recurso comunicativo da telenovela brasileira", Lopes diz que "as conversações que passaram a ser adotadas daí em diante baseiam-se em que cada novela deveria trazer uma "novidade", um assunto que a diferenciasse de suas antecessoras e fosse capaz de "provocar" o interesse, o comentário, o debate de telespectadores e de outras mídias (...)" (LOPES, 2009, p.15).

> Essa ênfase na representação de uma contemporaneidade sucessivamente atualizada é visível na moda, nas tecnologias, nas referências a acontecimentos correntes. Mas é visível também e, especificamente, na evolução no modo como o amor, o romance, a sexualidade e a relação homem-mulher passou a ser representada nas novelas dos anos 1970 em diante (LOPES, 2009, p. 25).

Dentro desse contexto consideramos que Bruner (2001) caminha na mesma linha de pensamento de Lopes, quando se "predispõe a considerar que os gêneros geram seus detalhes particulares. O primeiro é um argumento de bom senso que diz que determinadas histórias simplesmente se parecem, como se fossem versões de algo mais geral, mesmo que sejam muito particulares". Isso porque, segundo o autor,

> As histórias inevitavelmente lembram as pessoas de outras semelhantes a elas. (...). O segundo argumento trata deste problema. É que os personagens e os episódios das histórias extraem seus sentidos de estruturas narrativas mais abrangentes, sendo "funções" das mesmas. As histórias como "todos" e suas "funções" constituintes são, neste sentido, exemplos de tipos mais inclusivos (BRUNER, 2001, p. 130).

Fato é que, nas últimas décadas, o formato telenovela, em especial, ganhou mais e mais espaço como produto cultural, absorvendo as mudanças sociais da nação. Isso porque, além da introdução de roteiros originais, o avanço na criação/produção, "a encenação de fatos e temáticas sociais e políticas remetem às menções feitas sobre o caráter "naturalista" das novelas e as referências explícitas à vida da nação" (LOPES, 2009, p. 27).

> Considerando que os produtos culturais refratam as condições sociais em que estão inseridos, a telenovela absorve as mudanças sociais e revitaliza suas expressões: a "hibridação" do gênero se afirma no tempo histórico atual. Dá-se, assim, uma específica contaminação entre ficção e realidade, entre a telenovela e a sociedade (LOPES, 2009 p. 34).

Na opinião de Lopes (2003, p. 30), “a novela tornou-se uma forma de narrativa sobre a nação e um modo de participar dessa nação imaginada. Os telespectadores se sentem participantes das novelas e mobilizam informações que circulam em torno deles no seu cotidiano”. Diante desse contexto, acreditamos que Motter (2004, p.252) dialoga com Lopes quando afirma que a telenovela brasileira “vem mostrando plasticidade para incorporar elementos de outros gêneros ficcionais e não-ficcionais, além de incorporar elementos da realidade”, o que também vem permitindo a abertura de intenso diálogo com o cotidiano concreto da nação.

> Situada no passado ou no presente, tratando de temas históricos ou puramente ficcionais, a telenovela incorpora em sua narrativa, elementos de diversos sistemas semióticos e fala do hoje, rearticulando dados da memória coletiva na produção de sentidos renovados e se firma como documento histórico, lugar de memória, refratando, pela ótica ficcioautoral, um momento do processo de desenvolvimento da sociedade brasileira (MOTTER, 2004, p.252).

Por outro lado, vale argumentar que, durante a década de 1980 e o início de 1990, a aproximação da ficção com a realidade social brasileira não era tão contundente como vem acontecendo nas últimas décadas. Nos anos de 1980, por exemplo, no contexto social, a violência urbana estava centralizada nas periferias, mas já anunciava sua propagação para as grandes metrópoles. Novelas como *Corpo a Corpo* (1984-1985), *Vale Tudo* (1988) e O *Dono do Mundo* (1991) de Gilberto Braga e *Roda de Fogo* (1987) de Lauro César Muniz, tiveram narrativas temáticas urbanas muito densas, mas um pouco afastadas do contexto social da realidade que se anunciava. Já na década de 1990, quando a falência da segurança pública de todo país estava explicita no cotidiano da sociedade e já não podia ser mascarada, a sociedade encontrou refugio para seu lazer e entretenimento nas telenovelas que eram contextualizadas nas regiões rurais. Segundo Balogh,

> Na década de 1980 ainda não havia o terrível clima de violência urbana que hoje se presencia nas metrópoles brasileiras, a falência da segurança pública, (...). A década de 1990, quando essa crise não pôde ser mascarada, representou precisamente a ascensão da novela rural, consagrando Benedito Ruy Barbosa com sua trilogia rural *Pantanal* (Manchete, 1990), *Renascer* (Globo, 1993) e *O Rei do Gado* (Globo, 1996-1997) como roteirista de mais sucesso dessa década (BALOGH, 2002, p.172).

Diante do exposto no parágrafo acima acreditamos que, mesmo sendo o melodrama um gênero predominante na teledramaturgia, no tocante à telenovela brasileira é visível suas particularidades acentuadas. Na sua maioria, o discurso narrativo intensifica os diálogos entre ficção e realidade, quando segundo Motter (2000-2001, p.75) “a proximidade temporal reduz o distanciamento temático”.

No que concerne aos formatos televisivos, enquanto Séries e Seriados são tradição na cultura norte-americana (BALOGH, 2002), no Brasil, o formato Telenovela é o mais extenso (cerca de 150 capítulos) e mais frequente nas grades de programação da TV aberta. A teledramaturgia ainda tem outras particularidades. Na produção de ficção para cinema, por exemplo, se faz necessário a decupagem e a montagem com pedaços de películas, para dar a impressão de um espetáculo continuo, mas o mesmo não acontece na produção de ficção para televisão, já que ela sobrevive dos espaços vendidos aos anunciantes. Isso significa dizer que enquanto o espetáculo do cinema se caracteriza pela não interrupção, a televisão exacerba e radicaliza na descontinuidade. Isto acontece porque a interrupção e a fragmentação, em detrimento da unidade, são características da linguagem televisual e estão previstas nos roteiros ficcionais para abrir espaço aos comerciais. Segundo Balogh,

> Normalmente, os programas televisuais são denominados pelo formato, mas o modelo que se forma para o espectador nasce das relações entre as estruturas de produção e a realização, as estruturas narrativas e discursivas presentes nos textos e o conjunto de mediações, competências e expectativas dos destinatários (BALOGH, 2002, p. 97).

Na visão de Motter (2000-2001), “a telenovela constitui um gênero amplo, abrangente, sob o qual subclasses de gênero se abrigam e se multiplicam nas combinatórias possíveis autorizadas pelo cruzamento de tendências, traços, marcas e influências diversas”. Também no Brasil, gêneros e formatos padronizados em grades horárias específicas, (conhecidos pelo termo “palimpsesto”) são outra característica da TV aberta, principalmente na programação da líder de audiência, a TV Globo, que construiu seu sucesso com base na criação de uma rígida grade de programação, além de direcionar os gêneros quase sempre específicos de suas ficções, para determinado horário.

> A manutenção dessa grade horária fixa foi a responsável pela criação de um público cativo enorme para a emissora, estratégia essa reforçada pela oferta reiterativa de determinados gêneros em cada um desses horários (...). (BALOGH, 2002, p.159).

Isto significa dizer que enquanto na novela das seis a dicotomia “Bem *versus* Mal” é manifestada em termos maniqueístas e o tema quase sempre é amenizadoo estilo drama de época ou do fantástico imaginário, como foi o caso de *Cordel Encantado*, exibida em 2011/2012, na novela das sete, geralmente, o gênero comédia é predominante, como *Guerra dos Sexos* em 2012/2013. Mas é nas telenovelas das oito (ou nove horas na atualidade), que a emissora investe em temas fortes e muitos deles polêmicos, tendo como pano de fundo, fatos reais — muitas vezes esquecidos pela imprensa escrita ou falada ou que a sociedade por si só

se nega conhecer —, o que provoca grandes debates entre os espectadores que chegam a criar fóruns para falar sobre o assunto.

Nesse sentido, "(...) a telenovela, em particular – pode ser considerada como um espaço público que torna disponíveis informações e repertórios anteriormente da competência privilegiada de determinados setores da sociedade" (LOPES, 2009, p.36). É comum a novela das nove exercer um grande papel de interação com a sociedade brasileira, principalmente no que diz respeito "a ação pedagógica" da telenovela brasileira, que Lopes periodiza em três fases: "sentimental (1950-1967), realista (1968-1990) e naturalista (desde 1990)". Sua hipótese é a de que,

> (...) ao dar ênfase a este último estilo de linguagem, a telenovela passa a tratar os temas com uma forte representação "naturalista", em que o discurso é identificado pela própria realidade/verdade (Xavier, 2005), o que faz com que ela ganhe verossimilhança, credibilidade e legitimidade enquanto ação pedagógica (LOPES, 2009, p.37)

Ainda segundo Lopes (idem, p.38), "os dispostivos discussivos naturalistas ou documentalizantes (...) explicitados na telenovela, combinados com diversificação da matriz melodramática na novela, passaram a ser conhecidos como *merchandising* social" têm por objetivos difundir conhecimentos, promover valores e princípios éticos e universais. Na opinião da autora,

> O *merchandising* social pode ser definido como um recurso comunicativo que consiste na veiculação em tramas e nos enredos das produções de teledramaturgia de mensagens socioeducativas explícitas, de conteúdo ficcional ou real. Entendendo-se por "mensagens socioeducativas" tanto as elaboradas de forma intencional, sistematizadas e com propósitos definidos, como aquelas assim percebidas pela audiência que, a partir das situações dramatúrgicas, extrai ensinamentos e reflexões capazes de mudar positivamente seus conhecimentos, valores, atitudes e práticas (LOPES, 2009, p. 38).

Se a teledramaturgia brasileira que hoje nos fascina na combinação de tempo e de espaço, num tipo de simulacro entre personagens, enredos e histórias, é porque a televisão em especial, passou a introduzir muito do cotidiano e da realidade social da nação no seu contexto narrativo, promovendo assim mais interações e maior identificação com a sociedade. Complementamos com Motter (2003, p.173) que diz ser a telenovela um produto de entretenimento que possui um potencial não só artístico como também educativo, social e cultural. E mais: "Em se tratando de contar-se uma história, a virtude parece estar no equilíbrio".

> Para a telenovela, o equilíbrio consiste em manter suas características como gênero e trabalhar os temas indispensáveis para a permanente crítica social,

> apontar caminhos que levem à mudança de posturas individuais e individualistas, à revisão dos preconceitos e estereótipos, ao compromisso com a melhora da qualidade de vida e das relações sociais. (MOTTER, 2003, p.173).

Por tudo que já foi teorizado sobre teledramaturgia brasileira até agora, somos levados a considerar que essa mesma sociedade também constrói seu "capital emocional"[27] na novela e que esse capital é construído não só através da sua narrativa, mas também por meio dos seus protagonistas e enredos. Não é difícil encontrar quem odei e ou quem ame um vilão, assim como é fácil encontrar quem torça para que o herói do folhetim seja feliz para sempre, mesmo que seja só no imaginário daquele que está emocionalmente envolvido com a história contada. E é por meio dele que nasce o fã, que interage com a narrativa e seus personagens, cria fóruns de debate sobre os temas do discurso ficcional, principalmente se esse discurso tem no seu contexto um recorte da realidade coletiva/social. Lopes (2009) afirma que "'a novela é tão vista quanto falada', pois seus significativos resultam tanto da narrativa audiovisual produzida pela televisão quanto da interminável conversação produzida pelas pessoas".

Por outro lado, há mais de duas décadas a TV Globo vem investindo para arregimentar um público cada vez maior para recepção do seu produto de maior audiência, a telenovela. Esse investimento não acontece somente no padrão de qualidade de suas produções e na aproximação dos seus enredos com a realidade da nossa sociedade contemporânea. Com o advento da internet, em meados dos 1990 a emissora criou um espaço para que os internautas e grande parte do seu elenco e dos seus autores de folhetins interagissem em salas de bate-papo (*chat*), com dia e horário combinados para conversações. Não demorou e logo lançou mão de novas plataformas, passando a exibir no seu site vídeos dos bastidores das suas produções, reportagens com autores e atores e, principalmente, disponibilizando os capítulos das suas teledramaturgias com exclusividade para os assinantes da Globo.com. No entanto, no site oficial da emissora existe uma loja virtual, conhecida como Globo Marca, onde qualquer internauta pode adquirir vários produtos usados pelos personagens e que fazem sucesso nas ficções, como peças de vestuário, sapatos, acessorios, etc.

Com o surgimento das redes sociais via internet, como *Orkut*, *Twitter*, *Facebook*, *YouTube* etc., cresceram também os compartilhamentos, as conversações e os debates sobre as narrativas teleficcionais e a emissora, mais uma vez, não perdeu tempo: assim como outros veículos de comunicação, criou meios para que seu público continuasse fiel aos seus produtos

[27] Segundo Jenkins (2009), o termo foi cunhado pelo presidente da Coca-Cola, Steven J. Heyver, para designar o modo como o investimento emocional dos consumidores emmarcas e conteúdos de mídia intensifica o valor da marca.

embora, vale salientar, essa interação via redes sociais digitais e outros sites não venha sendo muito amistosa. Isto porque que a emissora mantém um rígido controle das imagens de suas produções e não permite que outros sites façam uso delas, o que já provocou muitas discussões nas redes sociais. Por outro lado, a proibição existente, até o momento, não tem impedido o uso dos enredos de suas narrativas para produção de outras narrativas amplamente acessadas em sites, redes sociais e blogs, via internet, como as paródias, por exemplo.

Fato é que, desde o início da década de 2000, mudanças radicais das relações entre produtor/emissor e consumidor/receptor começaram a surgir. A interatividade entre emissor e receptor, que antes era basicamente simbólica, passou a ser uma realidade, muitas vezes imprevisível. Tais mudanças, não só por parte de quem produz como também de quem recepciona, tiveram como fio condutor principal a velocidade da internet e o surgimento de novas tecnologias da informação e da comunicação, que promoveram e continuam promovendo de maneira nunca antes vista a circulação de conteúdos em novas plataformas.

Que existe um consenso a respeito da influência que a telenovela brasileira exerce sobre a cultura popular contemporânea, disso ninguém tem dúvida. É verdade também que a audiência via TV aberta já não é mais a mesma. Mas essa última afirmação remete a uma justificativa, quando se verifica que, cada vez mais, assim como toda a programação da TV aberta, conteúdos de folhetins ganham, via internet, espaços em outras plataformas midiáticas. E mais: “o avanço da tecnologia digital já permite que os programas televisivos sejam vistos mesmo quando o usuário estiver em movimento, através de notebooks, telefones celulares, aparelhos de GPS e TVs de bolso, além de transporte público, como ônibus e metrô” (LOPES; GÓMEZ, 2010, p.67).

O que foi contextualizado teoricamente neste capítulo está presente no cotidiano dos atores sociais que fazem uso do transporte coletivo para se locomoverem na cidade de São Paulo e recepcionam, com narrativa transmídia, parte da programação da TV Globo, incluindo todas as telenovelas da emissora. Os resultados de nossa pesquisa de campo mostram claramente o poder e a influência que a telenovela brasileira exerce no contexto da sociedade. A observação etnográfica e os depoimentos colhidos em campo não deixam dúvidas de que o “recurso comunicativo da telenovela” é um grande fio condutor de sociabilidade e de identidade cultural do país. Os avanços tecnológicos vêm proporcionando muitas outras formas de recepção e interação, por meio de novas plataformas com narrativa transmídia, como veremos no próximo tópico.

3.2 – "Telenovelas como Recurso Comunicativo" e sua Transmidiação

Partindo do princípio de que "a telenovela possui uma matriz narrativa popular e ativadora de competência cultural e técnica" (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p.37), nossa proposta neste capítulo é a de contextualizar o poder que a narrativa ficcional exerce como "recurso comunicativo" (Lopes, 2009); os caminhos que ela trafega a partir do seu "espalhamento" nas mais variadas plataformas e como sua narrativa transmidiática (sem áudio e com legenda que narra a história) exibida dentro do ônibus também é usada como "recurso comunicativo" para interações, compartilhamentos e sociabilidadeentre dos atores sociais que fazem uso diário deste transporte para se locomoverem até o trabalho ou para outros afazeres.

Reconhecida como produto cultural hibrido, por herdar do folhetim, do romance literário, do cinema, das radionovelas etc, até chegar às mídias eletrônicas de tecnologias avançadas, a telenovela brasileira conduz no seu contexto interseções (visíveis ou não) por acompanhar a dinâmica da sociedade que hoje tem o poder de programar o quê e quando ver. O fato das telenovelas, na sua grande maioria, abordarem temas presentes no cotidiano social brasileiro faz delas um eixo-condutor de comunicação de extrema relevância para o dia a dia de uma grande parcela da população. Lopes (2009) conceitua que a telenovela brasileira é um "recurso comunicativo" e explica que,

> Abordar a telenovela como recurso comunicativo é identificá-la como narrativa na qual se conjugam ações pedagógicas tanto implícitas quanto deliberadas que passam a institucionalizar-se em políticas de comunicação e cultura do país. Em outros termos, é reconhecer a telenovela como componente de políticas de comunicação/cultura que perseguem o desenvolvimento da cidadania e dos direitos humanos da sociedade (LOPES, 2009, p.32).

Enfatizando a telenovela como produto cultural de relevância para a nossa sociedade e refletindo sobre o alcance, apropriação e ressignificação desse objeto, Lopes discorre sobre várias leituras que faz da telenovela como "recurso comunicativo"; entre elas, está a de que "a telenovela passou a incorporar uma "ação pedagógica explicita", que se apresenta de alguma forma deliberada e cujo discurso traz explicações, conceituações (...), forma opinião a cerca dos temas sociais abordados (LOPES, 2009, p.33). O fato da telenovela estar nas telas de praticamente todos os lugares, pelo poder que mídia televisiva já exerce no cotidiano das pessoas, muito antes do espalhamento de seu conteúdo para outras plataformas, acreditamos

que se deva a que a telenovela, como “recurso comunicativo”, é hoje além do produto de maior audiência da televisão, o conteúdo mais respeitado pelo público brasileiro.

Em nossa pesquisa de campo, por diversas vezes, detectamos a telenovela como “recurso comunicativo” gerador de muitos debates e interações sobre enredos que podem ou não ser vistos como uma realidade do contexto social do país, ou apenas como uma realidade social imaginada. O que não se pode negar é que a telenovela enquanto produto televisivo, há muito deixou de ser apenas um produto destinado ao entretenimento e ao lazer, ou mesmo um produto dirigido para os menos letrados. Assim também como o meio televisivo já não é mais visto como veículo manipulador.

No entender de Martin-Barbero (2004, p.15-16), durante muito tempo a televisão esteve condenada ao mundo do engano e do confinamento no campo da *arte* e era assimilada como instrumento de manipulação, “de sucedâneo, simulacro ou malefício”, mas depois da “longa e pesada *carga* de suspeitas e desqualificação”, abriu-se caminho para “um novo olhar que, por um lado, des-cobre a envergadura atual das *hibridações entre visualidade e tecnicidade* e, por outro, resgata as imagísticas como lugar de uma estratégica *batalha cultural*”.

> Confundido por uns com as identificações primárias e as projeções irracionais e, por outros, com as manipulações consumistas ou com simulacro político, o atual regime da visualidade se acha socialmente dicotomizado entre o universo do sublime e o do espetáculo/divertimento. Nos últimos anos, porém, a iconografia, a semiótica e a psicanálise relocalizaram a imagem na complexidade de seus ofícios e linguagens (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.16).

Para esse autor, “a televisão constitui um âmbito decisivo do reconhecimento sociocultural, do desfazer-se e do refazer-se das identidades coletivas, tanto as dos povos como as de grupos” (idem, p.114). Na América Latina, a telenovela constitui um espaço onde acontecem cruzamentos entre memória e formato, entre lógicas da globalização e dinâmicas culturais, ao mesclar os avanços tecnológicos da mídia com as velharias e anacronismos narrativos que fazem parte da vida cultural desses povos, catalizando assim o desenvolvimento da indústria cultural e se transformando no produto de maior sucesso dentro e fora do subcontinente.

> O que, em nenhum momento, pode nos ocultar que o relato telenovelesco remete também à longa experiência do mercado para captar, na estrutura repetitiva da série, as dimensões ritualizadas da vida cotidiana e, juntando o saber fazer contas com a arte de contar histórias, conectar com as novas sensibilidades populares para revitalizar narrativas midiáticas gastas (MARTIN-BARBERO, 2004, p.115).

Canclini (1983, p.12) afirma que “a redefinição do que é hoje a cultura popular requer uma estratégia de investigação que seja capaz de abranger tanto a produção quanto a circulação e o

consumo". No nosso entender a telenovela como produto da cultura popular, não só está inserida no cotidiano da sociedade como também representa uma identidade de cultura nacional e, hoje, promove e estabelece um melhor entendimento da condição sociocultural do País, a partir do momento em que contextualiza na sua narrativa temas que expressam uma realidade.

> O enfoque mais fecundo é aquele que entende a cultura como um instrumento voltado para a compreensão, reprodução e transformação do sistema social, através do qual é elaborada e construída a hegemonia de cada classe (CANCLINI, 1983, p.12).

Quando observamos como as novas tecnologias se inserem no cotidiano da nossa sociedade, criando novas formas de consumo cultural, como, por exemplo, a da ficção televisiva, consideramos que novas integrações determinantes, ocasionadas por potencialidade de adaptações, que não existiam previamente, estão contribuindo para que a narrativa transmídia esteja cada vez mais presente no dia a dia das pessoas. Um dos estudos sobre o transbordamento da narrativa ficcional para outras plataformas aparece no contexto do Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva (OBITEL 2010), que teve como tema "*a narrativa ficcional televisiva em múltiplas plataformas*", buscando "identificar e analisar em cada País do seu âmbito exemplos de narrativas transmidiáticas que nascem com a intenção de difundir-se através de diversos meios (...)". Uma das constatações é a de que, no Brasil, "não se trata, porém, de mesmo produto transmitido por diferentes, e sim de uma ideia central interconectada a várias mídias e que permite a participação dos usuários ou fãs, componente fundamental dessa estratégia" (LOPES; GÓMEZ, 2010, p.166-167).

Diante do afirmado acima, acreditamos ser possível sustentar que são as novas formas de ver e se relacionar com as ficções televisivas diante das tecnologias digitais, as verdadeiras responsáveis, não pela diminuição, mas pelo espalhamento da audiência da TV. E mais: o caminho, que parece não ter volta, também conduz a novas conquistas de mercados, inclusive o de novas audiências e de consolidações de marcas. E dentro deste contexto levamos em consideração o que diz Jenkins (2008), quando afirma que "essa cultura da convergência é o local onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis".

"O surgimento das mídias digitais vem consolidando o processo de uma nova cultura de mídia, que estimula a interação dos produtos midiáticos e a convergência de conteúdos" (LOPES; MUNGIOLI, 2011). Nos últimos anos, a TV Globo vem investindo cada vez mais

no transbordamento das ficções para outras plataformas, o que tem contribuído muito para que suas produções estejam em todos os lugares e que o público continue interagindo de várias maneiras.

> Dentro desse ambiente, no que se refere principalmente à produção ficcional, o conceito de *transmedia storytelling* ou *narrativa transmidiática* (Jenkins, 2008) torna-se central. Trata-se da criação de um universo ficcional cujo conteúdo pode ser expandido tanto em termos de personagens quanto em termos de desenvolvimento narrativo (LOPES; MUNGIOLI, 2011, p. 253).

Em fevereiro de 2013, a emissora recebeu duas indicações para o prêmio Emmy Internacional Digital, em duas categorias: programas de conteúdo infanto-juvenil com a "*TV Orelha*", de *Malhação* (que permanecia no ar enquanto esta dissertação era redigida) e programas de ficção com a websérie "Repórter Investigativo", da novela *Amor Eterno Amor* (exibida de março a setembro de 2012). A "*TV Orelha*" é um canal do site de *Malhação* que apresenta vídeos exclusivos para a internet, cujas situações aparecem em trechos e sob outros ângulos na TV. No conteúdo para o site, o adolescente e irreverente Orelha (interpretado por David Lucas), faz gravações dele mesmo usando as *webcams* do seu computador, narrando acontecimentos do capítulo do dia, sempre com sua perspectiva cômica.

Já a série "Repórter Investigativo" da novela *Amor Eterno Amor*, foi a primeira websérie documental realizada como ação transmídia em novelas da Rede Globo. Criado para integrar o enredo da trama, o documentário fictício narrou em três episódios exibidos no site da novela o sequestro quando criança do protagonista Rodrigo (Gabriel Braga Nunes), além de mostrar o retrato falado de Elisa (Mayana Neiva), amor de infância de Rodrigo, que também teria desaparecido. Com a exibição da websérie, os telespectadores puderam acompanhar pela TV, Rodrigo espalhando cartazes com o mesmo retrato falado utilizado na internet. O Emmy Internacional Digital, que aconteceu em Cannes, na França, teve como finalidade contemplar a melhor programação do mundo desenhada especificamente para plataformas digitais[28]. Para Borelli (2011, p.67), "essa "nova" forma de consumir/receber/apropriar-se de bens simbólicos (...) apresenta-se, atualmente, como um grande desafio ao campo televisivo". Segundo a autora,

> Como decorrencia, esse processo desafia, no Brasil, o consolidado modelo de produção seriada, como o de telenovela da Rede Globo, cuja audiência e fidelidade de público já estavam sob o impacto dessa tendência, desde meados dos anos 1990 (Borelli, Priolli, et al. 2000): o que se pode verificar é que a Globo busca, no momento atual, consolidar estratégias para atingir esse novo público, ao mesmo tempo telespectador e internauta, que parece

[28] Informações obtidas no site www.redeglobo.com.br. Acesso em 24.02.2013

> não medir esforços para acessar bens culturais, por meio da mídia que oferecer a trilha mais eficiente (BORELLI, 2011, p.67).

Outros exemplos de que a narrativa transmídia já está inserida no cotidiano do fã de telenovela, podem ser observados e resgatados com facilidade. Quem, até por curiosidade, entrou no site de *Fina Estampa* (exibida de março de 2011 a agosto de 2012), foi convidado a seguir os passos do filho da personagem Tereza Cristina (Chistiane Torloni), o adolescente Renê Júnior (David Lucas), que entrava no site "tasozinhopqquer.com"com um falso perfil de adulto e passava horas navegando em busca de grande um amor. Aqui vale um adendo para dizer que o site TaSozinhoPqQuer.com existe mesmo e conta com cerca de 30 milhões[29] de internautas cadastrados. Na narrativa ficcional, não foram poucas as situações embaraçosas enfrentadas pelo jovem e, com certeza, renderam boas risadas aos telespectadores. Jenkins (2008,p.29-30) contextualiza que "a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos".

Sucesso que não pode ser contestado, *Avenida Brasil* — novela de João Emanuel Carneiro, exibida de março a outubro de 2012 —, entrou para a história como uma das tramas de maior audiência da televisão e da mídia social *Twitter*. Fenômeno nas ruas e nas redes sociais, a narrativa centrou sua trama na nova classe média e agradou em cheio todo mundo, inclusive quem não acompanhou a trama desde o início. Falar de *Avenida Brasil* nas últimas semanas de exibição passou a ser quase uma obrigação, em todos os lugares, fato que há anos não se via, desde os anos 1980 com a trama *Vale Tudo*[30] e seu questionamento: quem matou Odete Roitman, e *Roque Santeiro*[31] com sua viúva (sem nunca ter sido) Porcina (Regina Duarte) e o sinhozinho Malta (Lima Duarte). Quase três décadas depois, o fenômeno de sucesso se repetiu: encontros agendados, peças de teatro, shows, cinema etc., só depois da exibição de *Avenida Brasil*.

A narrativa que se desenrolava no Divino (bairro fictício da periferia do Rio de Janeiro) contava a trajetória de vida da vilã Carminha (personagem de Adriana Esteves) e da jovem que buscava justiça, Rita/Nina (interpretada por Mel Maia e Débora Falabella), fez o telespectador experimentar os mais diversos sentimentos, do ódio ao êxtase, por sede de vingança. Por outro lado, também fez o público rir e dançar com empregada Zezé

---

[29] Disponível em www.tasozinhopqquer.com – Acesso em 26.02.2013.

[30] *Vale Tudo*(mai/1988-jan/1989 (204 capítulos), de Gilberto Braga, Aguinaldo Silva, direção de Dênis Carvalho e Ricardo Waddington.

[31] *Roque Santeiro* (Jun/1985-fev/1986) de Dias Gomes e Aguinaldo Silva (209 capítulos), direção de Paulo Ubiratan.

(personagem de Cacau Protásio) ao som de *Eu Quero Ver Tu Me chamar de Amendoim* e com o retrato tragicômico da família (dos novos ricos) de Tufão, que passou a trama toda aprontando situações embaraçosas. Faltando poucas semanas para o fim da telenovela, a trama marcou presença, ficando entre os assuntos mais lidos nos portais da internet.

Segundo a agência de notícias O Globo[32], o site *YouPix,* no dia 12 de outubro teve "mais de 20 mil checks-ins no *Get Glue*, o *Foursquare* da TV, e houve um aumento de 3.000% na procura pelo título da trama no Google.Além de toda essa repercussão, a novelagerou memes[33] que entraram para a História". E mais: a hashtag #oioioi (da música *Danza Kuduro*, na versão brasileira), refrão abertura da narrativa, teve mais de 1.300 citações diárias, segundo o site *Topsy*. O site *Papel Pop* selecionou os 20 melhores *gifs* (imagens animadas com frases de personagens, remetendo para alguma situação), a maioria com a vilã Carminha fazendo caretas ou falando suas frases maldosas. Outra figura da trama que também fez sucesso nas redes sociais foi Zezé, com uma paródia da música do grupo Aviões do Forró que também fazia parte da trilha sonora da novela. A música ganhou versão *funk* e fez sucesso na Internet. Fato interessante, que virou febre nas redes sociais, foi quando os internautas resolveram ajudar Nina através do *Facebook*, compartilhando pela internet fotos do casal de amantes, Carminha e Max traindo Tufão. Como Nina teve as fotos roubadas, os seguidores da trama resolveram criar *Tumblrs*[34] com as fotos, salvando as imagens com nome Valendo2.zip. em um *Pendrive* para entregar ao marido traído.

Pesquisa realizada no período de 11 a 17/10/2012, pelo IBOPE (primeira vez que o instituto realiza pesquisa de opinião para saber o que público esperava para o final de telenovela) e divulgada no Portal Folha on-line[35], apontou que apenas 4,2% dos participantes torceram para que vilã Carminha morresse no final da novela. Dois outros finais foram os mais votados e apontaram 23% dos votos para que a antagonista ficasse pobre e abandonada ou voltasse a viver no lixão em extrema pobreza. Mas a estranheza não para por aí: teve muita gente (9%) que votou torcendo que Carminha encontrasse outro Tufão e continuasse aprontando suas maldades e falcatruas. A pesquisa com 4.437 pessoas envolveu todas as classes sociais e apresentou outras revelações: 12% das pessoas da classe A e 5,6% da classe C, votaram paraque a vilã tivesse final feliz e 10% dos homens opinaram que Carminha deveria ser feliz

[32]Disponível em: www.agenciaoglobo.com.br. Acesso em 12.10.2012.
[33]Meme é um termo grego que significa imitação. Na internet refere-se a um fenômeno em que uma imagem, uma frase, uma ideia, uma música, uma *hashtag*, um blog, etc., alcançando muita popularidade entre os usuários. Disponível em: http://www.significados.com.br – Acesso em 25.07.2013
[34]É uma mistura de Twitter com blog, um agregador (espaço para postar, imagens, textos, links, fotos etc.- Disponível em: http;//www.tumblr.com– Acesso em 25.07.2013
[35]Disponível em Folha on-line – Acesso em 19.10.2012

para sempre. Segundo a Folha *On-line*, o sucesso do folhetim *Avenida Brasil* não se restringiu ao Brasil, "*Financial Times*", "*The Guardian*" e "*AFP*" realizaram reportagens sobre o assunto.

Várias reportagens apontavam que o sucesso do folhetim deveu-se ao fato de a narrativa ter abordado como tema central a nova classe média brasileira, conforme declarou à *Agence France-Presse* – AFP o sociólogo Geraldo Tadeu, do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio (Iuperj): "Foi uma grande ideia centrar a novela na classe média emergente. É o reflexo do novo Brasil, das famílias que ascenderam, conseguiram dinheiro, mas que não necessariamente têm boa educação"[36]. A reportagem enfatiza ainda que "a novela também reflete a vida do pequeno empresário, como Monalisa, batalhadora dona de uma rede de salões de beleza, e do trabalhador comum", como é o perfil de muitos brasileiros.

No último capítulo, a trama de João Emanuel Carneiro atingiu 50,9 pontos de audiência com pico de 53,8 e *share* de 72% (participação no total de televisores ligados), batendo o recorde e obtendo a maior de audiência da trama no ano segundo o site Uol.[37]A trama que teve como palco central a mansão de Tufão – onde moravam a família desajustada do ex-ídolo do futebol brasileiro e uma empregada com sede de vingança – revolucionou, sem dúvida, o horário das nove, apresentando a cada semana uma nova história, tudo em ritmo frenético e sem abandonar a raiz da trama.

Ovacionada com "oi oi oi...", era assim que os internautas usavam para convocar seus seguidores no *Twitter*, tão logo se iniciava mais um capítulo, até a imagem "congelar" no final. Ninguém se arriscava falar de outro assunto, o importante era fazer comentários enquanto assistiam ao capítulo em tempo real. Tema obrigatório não só pela internet, mas em todos os lugares, como escritórios, mesinhas de bar e rodinhas de bate-papo, as últimas semanas de exibição da trama fez muita gente alterar suas agendas de compromissos com shows, cinema, teatro etc., tudo era marcado para depois de assistirem ao capítulo. Em São Paulo, muita gente saiu mais cedo do trabalho para não enfrentar congestionamento e chegar a tempo de assistir o último capítulo em casa ou no barzinho mais próximo com os amigos. Em nossa pesquisa de campo, colhemos vários depoimentos de usuários do transporte coletivo, narrando a correria que precisaram enfrentar para conseguir ver o último capítulo. Todo mundo queria saber qual seria o fim de Carminha, que passou a trama inteira aprontando

[36]Disponível em: www.afp.com/afpcom/pt/- O fenômeno "Avenida Brasil" aplaudido pela nova classe média brasileira - Acesso em 22.10.2012

[37] Disponível em: http://www.televisão.uol.com.br/.../ultimo-capitulo-de-avenida-brasil-tem-509-de-ib...Acesso em: 22.10.2012

barbaridades e mesmo assim ganhou um número enorme de fãs, conforme apontaram as pesquisas.

Face ao exposto nos parágrafos acima, torna-se necessário explicar que nossa tentativa é a de mostrar como a telenovela está inserida na nossa cultura de massa e como sua influência no cotidiano das pessoas vem crescendo cada vez mais, principalmente com a introdução de novas tecnologias, proporcionando assim o nascimento de novas plataformas, como vem acontecendo nos últimos tempos. Na sua grande maioria, dependendo do enredo e do desenrolar da trama, as telenovelas brasileiras são responsáveis pela criação de verdadeiros fóruns de debates, não só nas redes sociais, como já afirmamos, mas também em outras plataformas, por meio da oralidade, principalmente quando essas narrativas abordam temas de relevância social e política que de alguma forma estão inseridos na realidade da nação.

Um dos principais fatos que constatamos em nossa pesquisa de campo, e que abordaremos no capítulo a seguir, diz respeito ao papel que a telenovela como narrativa transmídia cumpre hoje no espaço público do transporte coletivo de São Paulo. Esse papel é que, enquanto recurso comunicativo, a telenovela promove maior interação e sociabilidade nesse ambiente. Porque são pessoas que se encontram diariamente (ou quase) e no mesmo horário, constroem uma “comunidade real” que discute a “comunidade imaginada” exposta pela telenovela.

3.3 – Transporte Coletivo Urbano Como Espaço Comunicativo

Neste tópico usaremos exaustivamente como referência teórica a obra de Janice Caiafa, pois a autora é referência no Brasil quando o tema da sociabilidade é pesquisado nos espaços públicos de transporte coletivo, como metrô e ônibus. Uma das grandes dificuldades que enfrentamos na elaboração deste estudo foi encontrar bibliografia voltada para o estudo de recepção em transporte coletivo urbano e, mais ainda, de narrativa transmídia. Justamente pela novidade que é, por se tratar de um novo espaço de recepção e de narrativa transmídia, pelo que indica a pesquisa bibliográfica que fizemos, até agora é um objeto ainda não explorado pelos estudiosos da área de comunicação.

O transporte coletivo como uma das plataformas onde a telenovela é exibida com narrativa transmídia é mais um espaço/lugar onde conversações e interações sobre teledramaturgias acontecem diariamente, conforme constatamos em nossa pesquisa de campo com a observação etnográfica, incluindo aí, algumas entrevistas individuais. A oralidade e as interações face a face entre os passageiros dentro do transporte coletivo não são comportamentos incomuns, embora exista também quem prefirao silêncioenquanto é transportado para seu destino. Como contextualiza Caiafa (2007), o transporte coletivo também é um espaço de sociabilidade.

Entre o que foi detectado em nosso trabalho de campo, está o fato de que as conversas sobre as telenovelas, muitas vezes, começavam antes mesmo das pessoas entrarem no ônibus, começavam na fila que aguardava a chegada do transporte para os passageiros se locomoverem aos seus destinos. Quase sempre, algumas dessas conversas continuavam dentro do ônibus e o número de pessoas envolvidas, também aumentava. Por outro lado, constatamos também que as conversações dependiam muito das histórias que se desenrolavam nas telenovelas, principalmentedo que os enredos traziam de possíveis realidades ou de realidades imaginadas por cada indivíduo. Outra constatação foi a de que a ritualização cotidiana de assistir e de falar sobre telenovela, há muito, ultrapassou o espaço privado, como sempre foi considerado o lar e, hoje, marca presença em novos lugares e espaços onde existem telas exibindo ficções televisivas.

Outro achado interessante em nosso trabalho de campo foi que, além de diminuir a tensão existente no espaço público, no ambiente dentro do ônibus — onde o desconforto com a

superlotação, o encontro com estranhos, a insegurança/medo e o transtorno provocado pelos congestionamentos, quase sempre predomina o espaço —, o fato das telenovelas serem exibidas nesta plataforma, mesmo sendo apenas resumos que correspondem a 10% do que é apresentado diariamente na televisão, levam muitos dos passageiros a fazer uso do "recurso comunicativo" da teletramaturgia para iniciar conversações neste ambiente. E mais: as interpretações das narrativas constituídas neste local, em defesa de heróis e/ou na condenação de vilões das histórias, são muito variadas, levando alguns participantes das conversas a rever posições do que consideram ser realidade e/ou ficção, durante acaloradas discussões que aí transcorrem, enquanto o transporte cumpre seu trajeto.

Ancorando nosso entendimento no poder que a oralidade exerce neste espaço público quando se trata das narrativas das novelas e das interpretações que cada indivíduo faz das mesmas, retomamos o que diz Lopes (2003, p. 30) quando afirma que, "os telespectadores se sentem participantes das novelas e mobilizam informações que circulam em torno deles no seu cotidiano". Também concordamos com Martín-Barbero, quando diz que:

> Desenvolvendo a oralidade secundária (...) e nela se apoiando, a telenovela ou o seriado televisivo misturam a longa duração do *relato primordial* – caracterizado pela ritualização da ação e pela topologia da experiência, que impõem uma forte codificação das formas e uma separação cortante entre heróis e vilões, obrigando o leitor a tomar partido – com a *gramática da fragmentação* do discurso audiovisual predominante na televisão. (MARTIN-BARBERO, 2004, p.149).

No que diz respeito ao ritual de recepção da telenovela neste novo lugar, consideramos também o que afirma Agier (2011). No seu entender, "num espaço delimitado e apropriado, o tempo de um acontecimento ritual, de um encontro, é simbolizado entre indivíduos e um coletivo, visível ou não. A unidade indivíduo-espaço-sociedade faz-se de maneira efêmera" (AGIER, 2011, p. 97). Para o autor o rito exprime

> (...) uma identidade ou uma visão sobre um modo de comunicação simbólico partilhado pelo público; este recebe e responde à mensagem numa relação direta, cara a cara. A dimensão estética está presente no rito, mas de maneira implícita ou escondida (AGIER, 2011, p. 99).

Constatamos que a própria cidade, tal como é vivida nesse momento, vê-se transformada nos ritmos e nas ocupações dos seus espaços (AGIER, 2011, p. 99). Notamos também que por meio da recepção da telenovela que acontece neste espaço, cria-se um novo ambiente que, embora de grande rotatividade, permite a interação e ocompartilhamento de realidades imaginadas, como um território simbólico propício à exploração de novas experiências

sociais, uma espécie de novo lugar, que multiplica a capacidade de circulação de informações e altera a noção de espaço e tempo.

Defrontar-se com estranhos, circular em espaços coletivos, cruzando com desconhecidos, e em situações que frequentemente não se prevê, é um tipo de risco ou uma oportunidade característicos das cidades, como afirma Caiafa (2007). O nítido movimento rotineiro de casa para o trabalho e do trabalho para casa constitui, de certo modo, o esqueleto da nossa rotina diária, na opinião de DaMatta (1986). Para ele, esse ciclo, onde a casa e a rua interagem e se complementam no cotidiano das pessoas, estão "dois espaços sociais fundamentais que dividem a visa social brasileira: o mundo da casa e o mundo da rua".

> Como um rio, a rua se move sempre num fluxo de pessoas indiferenciadas e desconhecidas que nós chamamos de "povo" e de "massa". As palavras são reveladoras. Em casa, temos as "pessoas", e todos lá são "gente": "nossa gente". Mas na rua temos apenas grupos desarticulados de indivíduos – a "massa" humana que povoa as nossas cidades e que remete sempre à exploração e a uma concepção de cidadania e de trabalho que é nitidamente negativa (DAMATTA, 1986, p. 20).

Na cidade de São Paulo, assim como em qualquer grande metrópole brasileira, o principal meio de transporte urbano é o ônibus. O sistema paulistano de transporte urbano sobre pneus é constituído por uma frota de aproximadamente 15 mil ônibus que circulam em mais de 1.300 linhas e na região metropolitana, cerca de 55% das viagens motorizadas são feitas em transporte coletivo, num total de 6 milhões de passageiros transportados por dia útil. A responsabilidade por esses serviços é da Secretaria Municipal de Transportes, que por sua vez é fiscalizado pela SPTrans (São Paulo Transporte S.A.).[38] Assim, além de conduzir diariamente milhares de passageiros, os ônibus são também ambientes recheados de acontecimentos, muitas vezes não agradáveis, como desentendimentos entre usuários, entre usuários e motoristas, acidentes, assaltos etc., principalmente em horários de picos, ou seja, em horários de maior movimento.

Nos termos de Caiafa (2007), "é característico das cidades esse tipo de risco ou oportunidade: defrontar-se com estranhos, circular em espaços coletivos, cruzando com desconhecidos, e em situações que frequentemente não se pode prever". Já por conduzir e distribuir as pessoas, por levá-las para longe de suas vizinhanças, o transporte coletivo efetua em algum grau uma desagregação (Caiafa, 2002).

> Mesmo que não supere os códigos sociais que compartimentalizam, marcam, o transporte coletivo cria acesso, franqueia certas marcas e assim expõe as

[38]Disponível em http://www.sptrans.com.br/a_sptrans/ Acesso em: 13.012013

> pessoas ao contato. E no meio mesmo que se produz durante as viagens, nos veículos coletivos em que nos transportamos nas cidades, podem-se criar oportunidades muito especiais para o confronto com a variedade urbana. Por tratar-se de um ambiente que cria uma pausa, faz sentar desconhecidos e os conduz pela cidade. Nesse caso também, os usos dessa oportunidade vão variar: em cada modalidade de transporte coletivo, em cada configuração urbana. E vão variar as ocasiões de criatividade e de risco (CAIAFA, 2007, p. 89-90).

Concordamos com a autora em que "certamente tudo isso vai provocar um certo tipo de contato, ou produzir uma moldura inarredável de qualquer contato ou diálogo que possa ter lugar ali"(2007, p. 91). Em nossa pesquisa de campo, a ser apresentada adiante, observamos e vivenciamos variados leques de situações comportamentais — de conversações ou de isolamentos — no contexto do ambiente do ônibus, assim como fora dele, na fila de espera do terminal ou em um ponto de parada, conforme apresentamos em nosso relato etnográfico. Citando Braga (1994), Caiafa diz que "todas essas características constituem o "quadro" e o "território" para conversações em plena viagem".

> "Quadro" se refere ao meio material e "território" a aspectos sociais e culturais que participam do que ele denomina "dispositivos conversacionais". As regras que organizam as trocas de palavras nas diferentes sociedades funcionam na forma de dispositivos, como assinala o autor (CAIAFA, 2007, p. 91).

Fato é que existe sempre no ambiente do ônibus um cenário imprevisível para qualquer indivíduo que se desloca fazendo uso do transporte para chegar ao seu destino. E neste contexto vivenciado por milhares de pessoas, em qualquer grande cidade, a tentativa de chegar ileso ao fim de cada viagem exerce "um papel na aproximação ou no isolamento que pode se gerar ali com estranhos, ou seja, nas possíveis situações de comunicação durante as viagens" (CAIAFA, 2007, p.91) e como observamos no nosso trabalho de campo. Para a autora, quem viaja de ônibus no Rio de Janeiro, por exemplo, enfrenta tensão, o que para nós não difere do que acontece na cidade de São Paulo.

> Em qualquer caso, o meio do ônibus dificilmente passa em branco. Não é um lugar onde é possível ignorar o que nos cerca, não é um cenário passivo. E há constantemente uma comunicação que povoa esse cenário, ao menos no horizonte. Não que se gere necessariamente uma solidariedade. (...). Mas a tensão não é a única marca da comunicação nas viagens. Há a interpelação agressiva, o excesso de proximidade do assalto. E ao mesmo tempo há os "trajetos gostosos", as conversas amenas, os flertes, os encontros fugazes dos contatos em movimento das viagens (CAIAFA, 2007, p. 92).

Quando estamos inseridos numa ocupação coletiva, seja na rua ou num espaço como o transporte coletivo, por exemplo, "experimentamos uma grande variedade de estímulos,

incluindo uma diversidade humana que passa por nós e a que nos expomos" (CAIAFA, 2007, p. 89). Para complementar a linha de pensamento, valemo-nos de Agier (2011, p.89), para quem "o curso do mundo em geral, desenrola-se para cada um de nós num encadeamento de situações de interações que distinguimos espontaneamente de acordo com os lugares, as atividades, os horários e as pessoas que participam". Ele ainda acrescenta que esse desenrolar também pode ser "de acordo com uma combinação especifica entre todas essas determinações".

> Com efeito, cada um entra numa situação e sai dela em função não tanto dos lugares e dos quadros institucionais onde se desenrola, mas do fato de ele ou ela partilhar o sentido em jogo na situação e compreendê-la o suficiente para poder entrar de uma maneira ou outra nas interações em presença (AGIER, 2011, p.89).

Enquanto Caiafa (p.92) afirma que "esses desconhecidos com que cruzamos na rua ou que encontramos no ônibus (...) nos fazem vislumbrar a possibilidade de outras experiências, outras vidas diferentes da nossa: outros mundos", para Agier (p.95) "as situações de passagem põem em cena principalmente a relação indivíduo/espaço, no sentido de que são marcadas ao mesmo tempo pela individualização (...) e por uma sinalização espaço/temporal dos percursos", que para o mesmo "indica uma presença indireta das macroestruturas da sociedade como constrangimento indiferenciado e cego, encarnado em sinalizações, publicidades, instruções de segurança e de circulação etc". Dentro deste contexto Caiafa menciona que:

> Deleuze (1974) mostra que a presença de outrem organiza uma margem, "um fundo", "uma profundidade" em torno dos objetos que percebo. O que não vejo é visível para outrem e constitui todo um mundo de potencialidade e virtualidades para mim. Outrem inclui essas margens na minha experiência. Esses objetos que me escapam formam um mundo para mim e eventualmente poderiam ser percebidos por mim devido à presença de outrem. Outrem regula essas transições, tornando possível minha experiência e ao mesmo tempo me tirando de mim mesmo. Outrem expressa mundos possíveis, reais mas não atualizados (CAIAFA, 2007, p. 92).

Dando continuidade ao que diz respeito às situações de passagem, "a relação do indivíduo com espaço urbano é central e pode ter um caráter de regularidade, mas aparece geralmente como um exercício isolado: é o quarto de hotel, é o transeunte solitário, mas são também os momentos de trânsito em automóvel, (...), em espaços de circulação...". Para ele, entrar numa situação de passagem é atravessar os não lugares, percorrer algumas extremidades da cidade "global" e "genérica" definida pela vasta rede de espaços miméticos, superinformados e tecnicamente conectados em diferentes pontos do planeta. Nesta situação, a relação de ego

com a sociedade não se cristaliza em nenhuma relação interpessoal precisa; fica suspensa, mergulhada num excesso de materialidade (espaços muito arranjados) (AGIER, 2011, p.95-96).

Já para Caiafa, "no confronto com estranhos num espaço de *outsiders* em que nós mesmos nos tornamos outros, num espaço que se compõe de estrangeiros, num espaço feito de fora, outrem como expressão de um mundo possível é particularmente atuante". E para justificar uma realidade possível ela acrescenta que,

> Uma fascinação das cidades é o vislumbrar desses possíveis na efervescência da variedade de outros, no confronto com a diversidade que nos apresenta outras vidas, outros mundos desconhecidos. Precisamente, quando o outro fala – em qualquer situação de enunciação e inclusive na cidade entre estranhos ou no ônibus – , o que ocorre? Ele confere uma realidade possível – "uma certa realidade", descreve Deleuze. A linguagem me traz aquele estranho mundo, realiza aquele possível como um mundo que o outro me traz (CAIAFA, 2007, p. 93).

Quando descreve que "a linguagem dá realidade ao estranho, a comunicação reúne para distrair os conversadores de si mesmos, para trazê-los mais perto de estranhos mundos", a autora está se referindo à existência das conversações no espaço coletivo, no ambiente dentro dos ônibus, em especial. Citando o que acontece no transporte coletivo do Rio de Janeiro — e que para nós se assemelha ao que acontece, também, no transporte coletivo de São Paulo —, ela contextualiza:

> Essa é uma dimensão interessante da linguagem e da comunicação – conferir certa realidade a mundos possíveis – que deve ser mais ou menos ativa dependendo das situações de enunciação, ou das características do dispositivo conversacionais, nos termos de Braga. As conversas nas viagens de ônibus no Rio de Janeiro abrigam essa dimensão da concreção do possível enquanto tal, da condução do entranho na comunicação. Essa dimensão de alteridade da comunicação com certeza se realiza em algum grau e de forma específica no contexto da intensificação da experiência de outrem que os meios urbanos de ocupação coletiva produzem (CAIAFA, 2007, p. 93-94).

Para Caiafa, "umas das características dos dispositivos conversacionais diz respeito aos papéis que os participantes assumem ali". Ela também diz que "Braga distingue o "papel representado", que os participantes já trazem de situações exteriores às conversas, e o "papel desempenhado", que se desenrola no contexto da conversação. Esses dois papéis "se interferem mutuamente".

> (...) E há as estratégias individuais que operam com essas imposições do dispositivo. Podem-se gerar, portanto, trocas igualitárias ou hierarquizadas, em maior ou menor grau. Na situação das conversas no ônibus há uma complexidade na definição e eleição de papéis porque tende-se a não partir

> de uma posição definida, uma inserção clara, em contraste com o que se passa numa reunião entre conhecidos ou na pequena aldeia, onde todos podem mais facilmente se identificar. Estar entre estranhos é livrar-se em algum grau de sua identidade ou sua definição (CAIAFA, 2007, p. 94).

Dentro do mesmo contexto, "essas marcas podem estar menos claras em muitos casos na situação de heterogeneidade e contágio urbanos. Há uma desinserção provisória e uma complicação maior para se definir alguém".

> Assim, as estratégias pessoais que, como assinala Braga, acabam por desenhar o dispositivo conversacional, podem ser mais inusitadas, talvez mais criadoras. Delineia-se uma "comunicação horizontal", em algum grau, que em outro trabalho afirmei ser uma característica dos meios urbanos. Ao mesmo tempo há mais riscos. Não reconhecer é descobrir novos mundos, mas pode ser também falhar na identificação das abordagens violentas, como no assalto ou nas discussões (CAIAFA, 2007, p. 94).

Em suas pesquisas etnográficas e fazendo uso da observação direta dentro do ambiente ônibus, a autora descreve suas experiências nas viagens de ônibus, assim como mostra como o dispositivo para conversações acontece ou não neste espaço. Para a autora existe sim disposição para conversação, como também existe o isolamento ou silêncio. "Eu mesma muitas vezes não vou calada e observo que posso frequentemente reclamar de algo que me incomoda: as freadas, o calor. Raramente sou mal recebida pelos companheiros de viagens", afirma.

> (...) A situação de desconforto e perigo (quedas, assaltos etc.) pode tornar desejável o isolamento. Mas, por outro lado, pode incitar ao comentário, sobretudo do tipo reclamação. De toda forma, há conversas. Há usuários que relatam que sentem muito prazer em puxar assunto no ônibus. Outros não se importam ou mesmo detestam. Mas mesmo estes últimos reconhecem ali um meio em que as pessoas se falam e quem não gosta tem que saber se esquivar (CAIAFA, 2007, p. 94).

Assim como em qualquer outro espaço público, o fato de alguém querer conversar e receber como resposta uma recusa, não é algo incomum, principalmente nos dias atuais das grandes metrópoles brasileiras, onde a insegurança e o medo de se relacionar ou interagir com desconhecidos predominam nos sentimentos do cotidiano de uma grande parcela da sociedade contemporânea. No ambiente dentro do ônibus não é diferente. Em nossas observações para esta pesquisa vivenciamos situações onde muitos usuários deixavam transparecer cansaço ou direcionavam atenção para paisagens que transcorriam pelas janelas, e outros até fingiam dormir para evitar contato. Caiafa diz que "é um risco particularmente presente quando se tenta conversar com desconhecidos. Um dos problemas que surgem nessa situação é como iniciar a conversa, como puxar assunto".

> Iniciar uma conversa com estranho exige um certo ímpeto. E isso não só no ônibus, mas ali se tem mais chance de deparar-se com um passageiro cansado, esgotado pela viagem difícil e sem disposição para conversar (CAIAFA, 2007, p. 95).

Um dos fatos interessantes que constatamos em nosso trabalho de campo foi a questão das conversações serem muitas vezes interrompidas abruptamente pelos mais variados motivos. A maioria das conversações é encerrada pelo motivo óbvio: a duração da conversa corresponde ao tempo da viagem de um ou mais dos participantes, seja qual for o ponto em que estiver. Tivemos participação ativa em muitas conversações que foram interrompidas por este motivo, conforme consta do nosso relato etnográfico. Foram interrupções do tipo: "chegou minha parada, preciso descer"; "amanhã a gente continua"; "vou saltar no próximo ponto"; "a conversa tá boa, mas preciso descer" etc.

Dentro do mesmo contexto algumas situações nos chamaram atenção. Mesmo com o recorte do campo da pesquisa direcionado para a recepção da narrativa transmídia dentro do transporte coletivo que serve de plataforma para exibição de conteúdo da TV Globo, não deixamos, sempre que foi possível, de observar os mais variados tipos de conversações. Também observamos ser comum dentro desse ambiente a aproximação de muitos motoristas e cobradores com os passageiros que fazem uso diário do transporte no mesmo horário e laços amizades são estabelecidos, pela convivência diária durante as viagens.

Além de ficarmos atentos às conversações e compatilhamentos que diziam respeito à recepção da narrativa transmídia, detectamos que esse espaço dentro do transporte também é lugar para se conversar, não só sobre assuntos impessoais ou aqueles que de alguma forma afetam a sociedade ou determinada comunidade, como a violência urbana, o descaso do poder público com os setores da saúde, da segurança pública, etc., mas também para outros tipos de interações e diálogos que tratam de assuntos extremamente pessoais, como namoro, traição, angústias pessoais, violência doméstica, desemprego, desafeto, etc. Nesse divã ambulante existe uma verdadeira plateia de anônimos atentos, que algumas vezes resolvem infererir nas conversas com seus palpites, também pessoais.

> (...) E é curioso observar que aí existe a presença de um auditório, mais ou menos atento. Mas as conversas nas viagens de ônibus podem engajar um grupo maior, e essa é uma outra característica. Braga menciona também a questão do número de participantes e da possibilidade de participar como um dos pontos a considerar no desenho do dispositivo. Nas viagens de ônibus no Rio de Janeiro, há conversas em que a admissão dos participantes tende a ser ilimitada. Alguém pode aderir, por exemplo, à resposta a um pedido de informação que não lhe foi dirigido diretamente. Um acontecimento no ônibus pode engajar quem o queira comentar, inclusive porque em certa

> medida afeta a todos, que estão ali naquele espaço a um tempo fechado e aberto – abre-se constantemente para fora, deixando entrar e sair – mas detoda forma comum (CAIAFA, 2007, p. 96).

Em nossa observação, o diferencial para um maior número de conversações, sem dúvida, está no fato de existir a mídia digital móvel dentro do ônibus exibindo resumos de uma parte da programação da TV Globo, principalmente do produto cultural mais popular da nação, a telenovela. Verdadeiros fóruns são criados aí durante as viagens, principalmente nas mais longas. Outro fato interessante que chamou nossa atenção foi quando detectamos que, a partir do momento em que esse produto começava a ser exibido, o número de conversações sobre o assunto aumentava, ativando inclusive o exercício da memória coletiva sobre temáticas de telenovelas exibidas no passado, muito antes da introdução da mídia digital móvel na plataforma ônibus.

Ou seja, além da existência de conversações sobre os mais variados assuntos, incluindo aí problemas de congestionamento no trânsito, a deficiência no transporte coletivo com superlotação e sobre fatos que, de alguma forma, afetam o cotidiano, detectamos que a visibilidade das novelas nesse lugar/espaço, através da mídia digital móvel no ambiente, serve também como gatillho do "*recurso comunicativo*" (LOPES, 2009, p. 31). Este conceito mostra o porquê de a telenovela brasileira provocar tanta mobilização no cotidiano da sociedade, criando assim uma "verdadeira rede de comunicação, através da qual se dá a circulação de seus sentidos e gera a chamada 'semiose social'". Ainda dentro do contexto da situação de conversações retornamos à Caiafa, que cita Gabriel Tarde:

> (...). Para esse autor, a conversação é um agente social importante. Ela forma opinião, faz circular os costumes e pode mesmo transformar as situações políticas, "remastigando os atos do poder" (Tarde, 1992, p.136). Por isso os déspotas a temem e tentam obstá-la, observa Tarde.(...). Em contraste com os assuntos pessoais e "temas limitados" do pequeno grupo que já se conhece, essa comunicação do impessoal que ocorre nas cidades é, para ele, uma força criativa. Para Tarde, a conversação é tanto mais rica quanto mais irrestrita, ou quanto mais coletiva ou social, poderíamos dizer. Este ponto ecoa fortemente a afirmação bakhtiniana da produção social da enunciação (...) (CAIAFA, 2007, p. 107).

Por outro lado constatamos também que uma grande parcela de pessoas viaja em silêncio, principalmente no período da noite. Talvez a demora na chegada do transporte que vai conduzi-las para casa ou para novo destino, o congestinamento de veículos e o aglomerado de pessoas nas paradas de ônibus, etc., sejam algumas situações que levem as pessoas a se isolarem no silêncio. Para Caiafa, "as conversações num veículo coletivo acontecem contra o silêncio que tende a imperar entre estranhos. Trata-se de desconhecidos que não vão se falar o

tempo todo". Ela avalia "o silêncio nos ônibus como uma proteção contra a grande intensidade da conversação que ocorre nas grandes cidades" e acrescenta que,

> É interessante porque, nesta perspectiva, o silêncio não decorre de uma ausência de motivação para falar – por exemplo, pelo fato de não se estar entre conhecidos. Ao contrário, esses estranhos seriam tão interessantes, no contexto do fluxo das relações e conversações nas cidades, que teríamos de provocar o silêncio. Observa-se que o excesso aqui não é deletério. O silêncio não é imposto às pessoas, ele é criado por elas, mesmo "cuidadosamente", é um silêncio ativo. Ele protege contra a indiscrição que o ambiente urbano intenso pode provocar, e é "uma forma de polidez". Não é uma falta, é uma figura das condições de contato e conversação nas grandes cidades (CAIAFA, 2007, p. 108).

Uma das experiências interessantes que vivenciamos dentro do ambiente do ônibus foi a da observação silenciosa. Observar o "Outro", ser esse "Outro" para outros, o estranho, o desconhecido com que se cruza nos espaços públicos, ser essa diversidade ou estar inserida nesta diversidade, foi um atrativo estimulante para nossa investigação. Como diz a autora, "a recepção inadvertida dessa paisagem é um fato mais óbvio, mas existe também a contemplação deliberada" e que "num meio em que as presenças estão em grande rotatividade, como nos veículos coletivos, essa atração certamente existe":

> De fato, a ocupação do espaço construído envolve a mobilização de todos os sentidos porque ali entramos, nosso corpo é abrigado pelo conjunto de estímulos desse ambiente – nos edifícios e na arquitetura itinerante dos ônibus, por exemplo. Nos ônibus o entorno é pleno desses muito tipos de interpelação. O entra-e-sai de passageiros renova muito a paisagem. O ambiente lá fora também muda constantemente do ponto de vista do veículo em movimento (CAIAFA, 2007, p.109).

Nas conversações que acontecem dentro do ônibus, "a palavra está na fronteira com a palavra do outro e com um conjunto de afetos num domínio coletivo" e existe "uma conclusão provisória" que pode ser uma afirmação inicial para a perspectiva da comunicação e da expressão e nos interessa para a problemática do silêncio nos ônibus (CAIAFA, 2007, p.111).

> A comunicação está em contiguidade com expressão – inseparável dos fatores expressivos que envolvem a interpelação do mundo, mais do que a simples réplica. Seria simples demais conceber então o silêncio como negação da fala. Há no silêncio uma dimensão de comunicação e expressão, ele é parte desse mundo fluxo de comunicação que envolve a fala efetiva mas não se restringe a ela. Como as situações de conversação variam, também haverá talvez diferentes ocasiões de silêncio. Uma delas é a contemplação silenciosa de diferenças no espaço das cidades (CAIAFA, 2007, p.112).

"Há uma complexidade desses afetos que nos mobilizam e produzem a enunciação" no ambiente dentro do ônibus e nesse local são produzidas conversações interessantes, "até

criadoras , por lidar com o imprevisível – e um silêncio que pode envolver em sua produção toda a intensidade da estimulação afetiva do espaço coletivo", segundo Caiafa (2007). Ela também acrescenta que se há mesmo mais de um tipo de silêncio, como sugere Tarde, poderíamos descrever este aqui como um silêncio denso, ou cheio de palavras.

> A exposição às diferenças no meio urbano, se elas se encontram ali ativas, cria um tipo de enraizamento social pela constante variabilidade que nos leva a inventar outras formas de agir, pensar e sentir, pela novidade, portanto, e pelos desafios. A comunicação nos ônibus cariocas ocorre, acredito, imbuída desses afetos. E no alheamento aparente dos passageiros pode haver também alguma coisa dessa intensidade(CAIAFA, 2007, p.112).

Não resta dúvida de que "o transporte coletivo é um grande agente dos desafios da cidade porque constrói acesso aos lugares e pode criar em seu meio mesmo um tipo de ocupação coletiva do espaço urbano", como enfatiza a autora. Em nossa pesquisa de campo, observamos que o fato de existir no ambiente dentro do ônibus a mídia digital móvel exibindo na sua grade de programação o conteúdo de quatro telenovelas, tornou possível detectar muitas vezes passageiros iniciando conversações, a partir do momento em que as mesmas eram exibidas. Isso nos levou a constatar que esse não é só um novo lugar de recepção da telenovela, é também um espaço de interação, de compartilhamento e de sociabilidade, que tem como fio condutor o discurso da narrativa transmídia, que aqui nos atrevemos a qualificar também como um "dispositivo conversacional" — noção alinhada principalmente ao conceito de "recurso comunicativo" de Lopes (2009).

A recepção da telenovela como narrativa transmídia nesse ambiente nos permitiu conhecer como ela está profundamente incrustada no dia a dia das pessoas; como essas pessoas interpretam essa narrativa a ponto de alterar sua audiência, quando o enredo não se afina com seus imaginários. Sintetizando, mesmo com a ocupação do espaço em movimento, envolvendo também um confronto com o desconhecido e distribuindo de alguma forma a população que faz uso desse tipo de transporte, nossa observação etnográfica mostra que aí existe um novo lugar de interação e de recepção desse produto da cultura popular e que o mesmo também aguça a memória individual e coletiva

Capítulo IV – Narrativa Transmídia e o Processo de Recepção

4.1 – Novos Lugares, Temporalidades e Conexões

Tratando "dos avatares culturais, políticos e narrativos do audiovisual, especialmente da televisão", Martin-Barbero (2004, p.17) descreve três movimentos. No primeiro movimento ele alude ao fato de que "na América Latina, a hegemonia audiovisual *des*-cobre, põe a descoberto, as contradições de uma *modernidade outra*, à qual têm acesso e da qual se apropriam as maiorias, sem deixar a cultura oral, mesclando-a com as imagísticas da visualidade eletrônica". No segundo movimento, discorre sobre a "crise da representação e as transformações que está atravessando a *identidade da mídia*", a mídia de massa televisiva. O terceiro movimento é definido como sendo "o das narrações televisivas que encarnam a inextricável conexão das memórias e dos imaginários, a geografia sentimental que, a partir do bolero e do tango, se reencarnou na radionovela, no melodrama cinematográfico e, finalmente, na telenovela". O autor explica que,

> Com tudo que aí circula de experiência do mercado em renovar o desgaste narrativo – juntando o contar contos com o saber fazer contas –, porém também com as lutas *dos povos do sul* para passar a *contar* nas decisões, que os afetam, isto é, pelo direito de *contar* suas histórias e descobrir/recriar nelas – nos relatos que as fazem local e mundialmente reconhecíveis – sua identidade plural (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.17-18).

Direcionando a análise de Martín-Barbero sobre a "sequência de movimentos" para nos referir aos novos lugares (ônibus, plataforma de metrô, terminais rodoviários etc) onde a novela é exibida como narrativa transmídia, e onde também existe o "estouro das fronteiras espaciais e temporais" — no sentido de assistir televisão fora de casa e a qualquer hora —, acreditamos que o contexto também se adequa para configurar novos lugares de recepcão da telenovela e novos tempos para compartilhar conversações, permitindo assim novas condições de sociabilidade, Isto é, de comunicação. E mais, na visão de Martín-Barbero (2004, p.33), "a televisão é a mídia que mais radicalmente irá desordenar a ideia e os limites do campo da *cultura*: suas cortantes separações entre realidade e ficção, entre vanguarda e *kitsch*, entre espaço de ócio e de trabalho".

> Do *espaço*, aprofundando o *desancoramento* que a modernidade produz com relação ao lugar, desterritorialização dos modos de presença e relação, das formas de perceber o próximo e o longínquo, que tornam mais perto o vivido

> “a distancia” do que aquilo que cruza nosso espaço físico cotidianamente. E, paradoxalmente, essa nova espacialidade não emerge do itinerário que me tira do meu pequeno mundo, senão, ao contrario, da experiência doméstica convertida pela televisão e pelo computador nesse território visual ao qual, como expressivamente disse Virilio, “todos chegam sem que tenham de partir” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 34).

Reiteradas vezes, Janice Caiafa cita otransporte coletivo com “um grande agente dos desafios da cidade porque constrói acesso aos lugares e pode criar em seu meio mesmo um tipo de ocupação coletiva do espaço urbano**”** (CAIAFA, 2007, 119).

> “A ocupação do espaço em movimento, quando nos transportamos coletivamente, envolve também um confronto com desconhecidos. O transporte coletivo, ao distribuir de alguma forma a população, ao conduzir para longe das vizinhanças, tem um aspecto dessegregante. Ocorre uma *dessegregação*, mesmo que provisória e local. O transporte coletivo reúne à sua maneira desconhecidos e dispersa a população, realizando por si só uma abertura” (CAIAFA, 2007, p.119).

Para explicar de que maneira o cidadão da cidade de São Paulo, sob o paradigma do fluxo, experimenta a ambigua modernização da megametrópole, “suas formas de habitá-la, de padecer nelas e resistir”, usamos parte da conceituação de *des-espacialização* de Martín-Barbero (1998), por acreditar que ela pode ser adequada para definir esse novo lugar de recepção da telenovela – objeto de nosso estudo. O autor cita que “é a transformação dos lugares em espaços de fluxos e canais, o que equivale a uma produção e um consumo sem localização alguma" (MARTÍN-BARBERO, 1998, p.59)**.**

As novas tecnologias vêm proporcionando a uma grande parcela da sociedade contemporânea ser mais atuante, ter voz ativa e liberdade de expressão na escolha do que ouvir, ler ou ver. No Brasil não é diferente, e as mudanças de hábitos estão cada vez mais presentes também em uma parcela da sociedade, principalmente com relação à recepção da informação e da comunicação dos meios midiáticos. Aqui nos referimos a uma parcela da sociedade brasileira e não a uma grande parcela e isto tem uma explicação. A desigualdade social e por consequência a desigualdade digital reina no País, embora seja alardeado aos quatro cantos da nação que a população brasileira é que mais acessa a internet, mas esse acesso é realizado por uma parcela da população em melhores condições socioeconômicas. As próprias pesquisas mostram que ainda tem muito por fazer (alguns dados são apresentados neste capítulo) para que esse quadro mude e o Brasil venha ser mesmo uma nação igualitariamente conectada.

Para falarmos de comunicação na contemporaneidade, segundo Martín-Barbero (2000, p.53), é preciso saber que seu significado, em primeiro lugar, é o de “reconhecer que estamos numa

sociedade em que o conhecimento e a informação têm tido um papel fundamental, tanto nos processos de desenvolvimento econômico quanto na democratização política e social". A constatação da desigualdade social existente não pode impedir a busca para compreender como a sociedade vem se transformando:

> Há uma grande diferença entre as pessoas que podem estar conectadas com a Internet, beneficiando-se de uma grande quantidade de informações, de experimentação, de conhecimentos ou experiências estéticas e a imensa maioria excluída, desligada desse mundo de bens e experiências. Mas, não podemos permitir que nos baste a constatação e o lamento. Precisamos compreender como essa mesma sociedade dividida está sendo transformada pela centralidade das tecnologias e dos sistemas de comunicação (MARTIN-BARBERO, 2000, p.54).

No Brasil, mesmo com o crescimento da presença de computadores dentro dos lares e do acesso à internet crescer ano a ano, uma pesquisa aponta que 55% dos domicílios não têm computador, 62% não têm internet e que as classes A, B e uma parcela da classe C são as maiores consumidoras de tecnologias, enquanto que nas classes D e E (que somam 74 milhões de brasileiros) só 5% dos lares têm internet[39]. Já para o IBOPE, "navegar na web não é mais um privilégio das classes mais favorecidas e estar conectado se transformou em uma prerrogativa do dia a dia do cidadão comum", tendo a penetração da internet na população brasileira passado de 24% no período entre 2002 e 2003, para 55%, entre 2011 e 2012[40].

Por outro lado, hoje é impossível negar a transformação que a internet trouxe para o cotidiano de milhões de pessoas e a revolução na maneira como consomem e interagem com os meios. Assim como se torna impossível não enxergar a fragmentação das audiências e o consumo por conteúdos multiplaformas, que vem permitindo ao usuário decidir quando, onde e como deseja assistir um conteúdo e que conteúdo é interessante ou não para ele. Este poder do receptor tem relação com as possibilidades do mundo digital. No dizer de Thompson (2008, 17), "para que se entenda a nova visibilidade, é preciso, inicialmente, entender os caminhos pelos quais o avanço das mídias comunicacionais transformou a natureza da interação social".

> As mídias comunicacionais não se restringem aos aparatos técnicos usados para transmitir informações de um individuo a outro enquanto a relação entre eles permanece inalterada; ao contrário, usando as mídias comunicacionais "novas" formas de agir e interagir são criadas considerando-se suas propriedades distintas especificas (THOMPSON, 2008, p.17).

---

[39]PesquisaTIC Domicílios 2011, realizada pelo CETIC.br (Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação),Disponível em: www.cetic.br/usuarios/tic/. Acesso em 23.03.2013.

[40]Dados do Target Group Index, do IBOPE Media. Disponível em: www.ibope.com.br/pt.br/noticias 13.11.2012. Acesso em: 22.12.2012

Além do computador uma nova porta de entrada para internet vem ganhando espaço no dia a dia de muitas pessoas, são as plataformas móveis como *tablets* e *smartphones*, *iPad* ou *iPhone*. Isso significa dizer que consumidor não precisa estar estabelecido em um ambiente fechado, como no lar ou no local do trabalho, por exemplo, para interagir e receber as mensagens midiáticas, "podemos interagir com pessoas que não compartilham do mesmo referencial espácio-temporal que nós e a natureza de nossa interação será moldada pela diversidade das características espaciais e temporais, e pela diversidade das características do meio empregado" (THOMPSON, 2008, p.18).

> Tais atividades demandam a utilização de um meio transmissor da informação ou de conteúdo simbólico para indivíduos distantes no espaço, no tempo ou em ambos. (...). Este tipo de interação mediada também envolve uma certa redução de referências simbólicas, no sentido de que os participantes normalmente não dispõem do número e da diversidade delas como numa situação de interação face-a-face (THOMPSON, 2008, p.18).

Um estudo[41] visando identificar os hábitos de consumo de vídeo dos telespectadores e permitir uma compreensão dos tipos de serviços disponíveis aos consumidores e suas respectivas preferências revelou os novos hábitos de assistir televisão dos brasileiros, constatou que o Brasil tem o maior percentual de consumidores que acessam conteúdo de TV por meio de dispositivos móveis (PC, *smartphone* ou *laptop*) na América Latina. A pesquisa que foi realizada em 2011 e divulgada em 2012 revela que 34% dos entrevistados mantêm o hábito no Brasil, enquanto a média mundial é de 37%. Ainda segundo a pesquisa, o resultado mostrou "os grandes temas que estão redefinindo o ecossistema residencial e a experiência de entretenimento do consumidor", promovido pelo aumento da procura por TV móvel e TV social (terminologia que se emprega para se referir à convergência entre TV e as mídias sociais).

No entender de Thompson (2008, p.19), "o desenvolvimento de uma gama de novas tecnologias da comunicação relacionadas aos computadores e à internet pode ser analisado deuma forma bem semelhante. Tais tecnologias criam uma variedade de situações de interação que têm características próprias", acrescentando que,

> Cada vez mais os indivíduos são capazes de captar informações e conteúdos simbólicos de fontes outras que não as pessoas com quem interagem

[41]Disponível em: http://olhardigital.uol.com.br/produtos/mobilidade/noticias/pesquisa-revela-os-novos-habitos-de-assistir-tv-dos-brasileiros. Acesso em: 15.02.2012

> diretamente no decurso de suas vidas cotidianas; cada vez eles têm acesso a um "conhecimento não-local" e que podem incorporar, de maneira reflexiva, em seus processos de reconstrução pessoal. A criação e a renovação das tradições são processos que se tornaram cada vez mais atrelados à troca simbólica mediada; as tradições não são necessariamente destruídas com o avanço sociedades modernas, mas perdem gradualmente seu lastro nas situações cotidianas (THOMPSON, 2008, p. 20).

Esses fatos reforçam que as redes sociais estão mudando cada vez o modo de ver televisão, apontado para uma alta demanda do crescimento da TV social no País. Os brasileiros gastam seis horas por dia em redes sociais (subconjunto das mídias sociais), número semelhante à média global e de outros países da América Latina. Ainda segundo o levantamento, 43% dos brasileiros já usaram as mídias sociais (aplicações de internet baseadas na criação e troca de conteúdo gerado pelos próprios usuários) quando quiseram recomendar um programa a outra pessoa e 82% responderam que usaram a TV social em 2011. Em comparação a 2010, isso significa um aumento de 18%. E mais, 76% dos entrevistados preferem usar as TVs sociais para fazer comentário de um programa.

Por outro lado, Muniz Sodré alerta para o fato de que "os acontecimentos estão sempre à frente da possibilidade de que sejam interpretados pelos indivíduos, assim como o derrame social das tecnologias da comunicação está à frente da sua interpretação pelas formas individuais e coletivas de consciência" (SODRÉ, 2007, p. 19). Quanto ao futuro desses acontecimentos, o autor diz que,

> O futuro recai tecnologicamente sobre o presente, e este, por meio do tratamento digital das imagens, parece equivaler ao passado. Não há tempo de recuo, nenhuma "espessura", para refletir ou especular. Esta é a "realidade" com que tem de lidar a comunicação, enquanto que às clássicas ciências sociais se reserva um estatuto temporal, onde é possível à consciência interpretar e saber (SODRÉ, 2007, p. 19).

Augé (2010, p. 19) afirma que "hoje é incontestável que estamos prestes a viver um período histórico onde parece menos evidente a necessidade de dividir o espaço, o mundo ou que se vive, para compreendê-lo. Para o autor, as tecnologias da comunicação suprimem os obstáculos ligados ao espaço e ao tempo e colocam os desafios para o pensamento científico:

> O pensamento científico não repousa mais sobre as oposições binárias e se esforça para por em dia a continuidade sob a aparência das descontinuidades, por exemplo, esforçando-se em compreender e, talvez, em recriar a passagem da matéria à vida. Enfim, a história política do planeta parece questionar as fronteiras tradicionais, no momento em que um mercado liberal mundial ocupa espaço e onde as tecnologias da comunicação parecem suprimir, cada dia mais, os obstáculos ligados ao espaço e ao tempo (AUGÉ, 2010, p.20).

Quando contextualizamos a plataforma ônibus como um novo lugar de recepção da telenovela brasileira, nos deparamos com algumas conceituações que definem o que é considerado “lugar e o “não lugar”. Para Martín-Barbero (1998, p. 63), “ao crescimento da insegurança, a cidade virtual responde expandindo o anonimato que possibilita o *não lugar*: esse espaço no qual os indivíduos são liberados de toda carga de identidade interpeladora e exigidos unicamente na sua interação com informações ou textos”. Augé (1994, p.74) afirma que “o lugar e o não-lugar são, antes, polaridades fugidias: o primeiro nunca é completamente apagado e o segundo nunca se realiza totalmente — palimpsestos em que se reinscreve sem cessar, o jogo embaralhado da identidade e da relação”. Em síntese, no nosso entender, a representação dos atores sociais que utilizam o transporte coletivo como forma de se locomoverem, parece indicar, em potencial, a existência de uma nova configuração dos processos de recepção que sugere o “não-lugar” ocupado pelos mesmos e/ou um novo lugar.

No próximo tópico, trataremos como o sujeito receptor vem se ajustando a “novos/outros” cenários interpretativos como os que se criam na plataforma ônibus.

4.2 – O Sujeito Receptor e "Novos/Outros" Cenários Interpretativos

"Se existe um traço que caracteriza de modo particular as sociedades do século XXI é o de ser e habitar nelas como audiências-usuários de informação, conhecimento e significados, através de uma multiplicidade de telas, meios, diversas linguagens e suportes tecnológicos".[42] Nesse contexto vale salientar que, agregadas aos avanços das novas tecnologias, as mudanças das mídias são vistas como fator primordial para que elas continuem existindo no mundo globalizado, recheado de virtualidade.

Como esclarece Thompson (2008, p.16) "nesse novo mundo de uma visibilidade mediada, o fato de tornar visíveis as ações e os acontecimentos não é meramente uma falha nos sistemas de comunicação e informação, cada vez mais difíceis de serem controlados". O sujeito receptor está em todos os lugares e também "novos/outros" cenários interpretativos, dentro dos quais "uma estratégia explícita por parte daqueles que bem sabem ser a visibilidade mediada uma arma possível no enfrentamento das lutas diárias" pode vir a ser construída por todos nesse novo mundo de visibilidade (p.16).

Não é à toa que as mídias estão buscando de forma frenética manter o consumidor habitual preso ao seu produto e à sua marca, além de tentar arregimentar novos receptores/consumidores. Aqui tomamos por empréstimo o que diz Jenkins (2008, p. 47) "a convergência exige que as empresas de mídia repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing". Segundo ele,

> Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são barulhentos e públicos (JENKINS, 2008, p.47).

Ou seja, longe dos tempos em que o receptor/consumidor era apenas um ser que tudo via, mas nada podia expressar, e o produtor/emissor só estava encarregado de emitir seu produto para consumo, as novas tecnologias presentes no dia a dia das pessoas permitem hoje, não só

[42] Comunicação oral de Guilherme de Orozco Gómez, no curso *Comunicação, Telas e Novas Educações*, ministrado por ele, de setembro a outubro de 2009, no PPGCOM – ECA/USP.

espalhamento ou compartilhamento das informações, mas também o estilhaçamento da possibilidade de vínculo, principalmente quando um conteúdo torna-se confuso no entender do consumidor/receptor. “Os produtores de mídia estão reagindo a esses recém-poderosos consumidores de formas contraditórias, às vezes encorajando a mudança, outras vezes resistindo ao que consideram um comportamento renegado”, escreve Jenkins (2008, p.47). No mesmo contexto, o autor acrescenta que “os consumidores, por sua vez, estão perplexos com o que interpretam como sinais confusos sobre a quantidade e o tipo de participação que podem desfrutar”.

> Por um lado, a convergência representa uma oportunidade de expansão aos conglomerados das mídias, já que o conteúdo bem-sucedido num setor pode se espalhar por outras plataformas. Por outro lado, a convergência representa um risco, já que a maioria dessas empresas teme uma fragmentação ou uma erosão em seus mercados. Cada vez que deslocam um espectador, digamos, da televisão para Internet, há o risco de ele não voltar mais (JENKINS, 2008, p. 47).

Para Ferin (2002), “o estudo dos usos e as formas como as pessoas singulares e as coletividades *assimilam as ofertas ao seu alcance* deslocam a investigação dos media (gestão, produção e organização) para os receptores que produzem o seu sentido”. O número de investigações e de estudos voltados para compreensão da recepção com um olhar qualitativo vem mostrando que o receptor não deve ser concebido como um mero decodificador.

> Grande número de investigações tem abordado a recepção numa óptica qualitativa, perspectivando uma *redefinição da cultura* através *da compreensão da sua natureza comunicativa* e acentuando seu caráter produtor de significações, no qual o espectador não é mero decodificador, mas adquire, também, o estatuto de produtor (FERIN, 2002, p.147).

Com estatuto adquirido de ser também produtor, o receptor vem mexendo com o convívio hierarquizado que sempre teve com o emissor. Se o controle remoto trouxe o poder de acelerar e fragmentar suas opções de recepcionar, o que já promovia certa complexidade na sua relação com o emissor/produtor, hoje, os avanços tecnológicos, incluindo aí não só a internet como também as redes sociais, vêm acarretando um poder ainda maior nas mãos do receptor e a interação entre os dois pólos torna-se imprevisível. O que não faltam são exemplos que justificam esse convívio tenso. Basta que o contexto narrado saia da lógica do receptor para que, simultaneamente, críticas ao acontecimento sejam compartilhadas nas redes sociais de maneira frenética.

Para justificar esse convívio emotivo damos como exemplo um fato recente que se refere ao conteúdo da telenovela das 21 horas da TV Globo. Mesmo tendo como temática central um assunto de extrema importância, o tráfico de seres humanos, *Salve Jorge* (2012/2013), de

Glória Perez, colecionou uma sucessão de problemas no roteiro, que foram identificados e criticados ruidosamente pelos fãs nas redes sociais, *Twitte*r e *Facebook*. Cada vez que a narrativa não correspondia à lógica da história, a autora escrevia no seu *Twitter* que estava corrigindo o erro ou explicava seu raciocínio para o enredo.

Outra telenovela que também foi alvo de muitos comentários críticos nas redes sociais foi *Lado a Lado* (2012/2013), quando a TV Globo colocou no seu site oficial uma foto que divulgava os próximos capítulos da trama. A foto mostrava a imagem de personagens no morro da Providência – bairro da cidade do Rio de Janeiro – e no fundo era possível ver uma antena de televisão via satélite, algo que não existia na época em que a trama se passa (final 1800/início de 1900). A imagem começou a circular pelas redes sociais no dia seguinte à sua publicação. Na ocasião, muitos internautas fizeram piadas com o erro, usando a imagem com a legenda "Sky desde 1910". A TV Globo explicou aos blogueiros que **"***aquela foto foi usada pelo site da novela. Mas a cena antes de ir ao ar é revisada, editada***"**. Talvez seja possível visualizar que é nesse cotidiano onde ocorre a recepção, onde as pessoas vivem e como sujeitos mostram-se verdadeiramente, soltando as amarras de que antes não tinham como se desfazer. Ou seja: "o receptor não é unicamente um objeto, mas também um outro sujeito que se comunica e interage com uma fonte. A comunicação viaja nas duas direções. Afirma-se assim um princípio fundamental descentralizado e dialógico (...)" (CANEVACCI, 2004, p.43)

No nosso entender, o que foi exposto neste capítulo mostra o quanto o receptor mudou seus hábitos de recepção, principalmente, a partir introdução das redes sociais via internet na nossa sociedade contemporânea, onde as recepções do "agora" podem ganhar visibilidade instantânea. Esse fenômeno nos conduz a Thompson (2008, p.23), quando afirma que "o nascimento da internet e de outras tecnologias digitais amplificou a importância das novas formas de visibilidade criadas pela mídia (...)".

Por outro lado, fato é que as interações entre receptor/consumidor e o emissor/produtor podem ser melhores compreendidas quando ocorrem em um lugar público onde acontece o consumo diferenciado. É o que apresentaremos no próximo capítulo, em nossa pesquisa de campo feita com um "olhar etnográfico" nos ônibus de São Paulo.

Capítulo V – Um Olhar Etnográfico Dentro do Transporte Coletivo da Cidade

5.1 – A Pesquisa de Campo: Participar para Compreender

A cidade de São Paulo, conhecida como a "terra da garoa" — algo raro nas últimas décadas —, continua sendo a cidade que nunca dorme e que nunca para, a cidade do trabalho, a cidade de todas as raças e classes sociais, das múltiplas etnias e das múltiplas culturas. Antes de iniciarmos nossa observação etnográfica, buscamos tomar conhecimento de como funciona o transporte coletivo na cidade mais rica do país, a sua frota de veículos, a sua população atual, número de usuários de ônibus, o tipo de serviços que ela oferece e qual o perfil dessa cidade, apresentado pelos institutos de pesquisa.

Com uma população estimada em 42.156.543 habitantes, o Estado de São Paulo tem um perfil muito urbano, 95,94% das pessoas vivem nas cidades e só 4,06% em zonas rurais, segundo a Fundação SEADE. Todo esse montante populacional representa 21,6% da população brasileira e 11% de toda a população sul-americana[43]. Para se ter uma dimensão da grandiosidade desse número, o Estado de São Paulo tem mais pessoas morando nas cidades paulistas do que nos Estados do Rio de Janeiro e de Minas Gerais juntos.

São Paulo é a maior cidade da América Latina e a 2ª em população (após a Cidade do México), são 11.253.503 habitantes, sendo considerada uma das cinco maiores áreas metropolitanas do mundo. É o maior mercado consumidor e produtor do País e capital de um dos mais desenvolvidos Estados que existem.

A cidade de São Paulo também possui o maior centro financeiro, a maior rede de metrô do país, o maior número de veículos (passa dos 7 milhões), telefones, rádios, emissoras de televisão, hotéis, e sedia importantes feiras e congressos nacionais e internacionais. Por outro lado, como qualquer grande metrópole do mundo, a cidade também possui seu lado negativo e suas mazelas marcam presença no cotidiano da população. Entre elas estão às limitações de mobilidade causadas pelo trânsito (em 2012, os congestionamentos foram recorde, chegando a 295 km por dia), um transporte público deficitário (o usuário espera em média, 25 minutos

[43]Disponível em: http://www.portalbrasil.net/brasil_cidades_saopaulo.htm. Aceso em: 23.02.2013

por seu ônibus), além da pobreza e da violência, principalmente nas regiões da periferia, onde o medo e a insegurança ditam as regras.

O sistema de transporte urbano rodoviário é constituído por uma frota de aproximadamente 15 mil ônibus que circulam em mais de 1.300 linhas e, na região metropolitana, cerca de 55% das viagens motorizadas são feitas em transporte coletivo, num total de 6 milhões de passageiros transportados por dia útil. Conforme já informamos, a responsabilidade desses serviços é da Secretaria Municipal de Transportes, que por sua vez são fiscalizados pela SPTrans (São Paulo Transporte S.A.)[44], fundada em março de 1995. As atividades operacionais são terceirizadas e executadas por empresas contratadas por meio de licitações públicas.

Atualmente a cidade possui 28 terminais municipais e um intermunicipal neles os passageiros contam com quiosques de diversos serviços, caixas eletrônicos e postos de atendimento para recarga ou aquisição do cartão de bilhete único[45]. Existem aproximadamente 19 mil pontos de parada para embarque e desembarque distribuídos pela cidade. Quantos aos corredores — faixas exclusivas para ônibus — criados para melhorar a distribuição dos veículos nas vias, objetivando diminuir o volume de transtornos no trânsito da cidade, hoje, chegam a um total de 10,[46] com velocidade média de 21 km/h (sentido bairro – centro) e 19 km/h (sentido centro – bairro), mas isso não impende a existência de congestionamentos diários. A frota de veículos de São Paulo, a maior metrópole do Brasil, alcançou no mês de março de 2011 a marca de 7.012.795 unidades. Compõem a frota da cidade 5.124.568 carros, 889.164 motos, triciclos e quadriciclos, 718.450 micro-ônibus, caminhonetes e utilitários, 158.190 caminhões e 42.367 ônibus[47].

Além dos coletivos sob a gestão da SPTrans, a cidade de São Paulo é servida pela Companhia do Metropolitano, fundada em abril de 1968 e pela CPTM (Companhia Paulista de Trens Metropolitanos), controladas pelo governo estadual, que em conjunto transportam cerca de 4,6 milhões de passageiros/dia[48]. Para ligar a capital aos demais municípios da região metropolitana, o sistema de ônibus, sob responsabilidade da EMTU (Empresa Metropolitana

---

[44]Dados disponíveis em: http://www.sptrans.com.br/a_sptrans/Acesso em: 23.02.2023

[45]Cartão magnético que armazena crédito que permite até 4 viagens no período de 3 horas ao custo de uma tarifa, em qualquer meio de transporte coletivo, por meio de integração de linhas.

[46] Campo Limpo / Rebouças/Centro; Ver. José Diniz / Ibirapuera / Santa Cruz; Expresso Tiradentes (Eixo Sudeste); Inajar / Rio Branco / Centro; Itapecerica / João Dias / Santo Amaro; Jd. Ângela / Guarapiranga / Santo Amaro; Paes de Barros; Parelheiro / Rio Bonito / Santo Amaro; Pirituba / Lapa / Centro; Santo Amaro / Nove de Julho / Centro.

[47]Dados disponíveis em: http://www.prefeitura.sp.gov.br/portal/a_cidade/noticias/index.php?p=48256. Acesso em: 13.012013

[48]Dados disponíveis em: http://www.metro.sp.gov.br/metro/institucional/quem-somos/index.aspx. Acesso em: 13.01.2013

de Transportes Urbanos de São Paulo), também subordinado ao governo estadual, oferece uma extensa rede de linhas operadas por empresas privadas, um corredor intermunicipal em faixa segregada com linhas-tronco de ônibus a diesel e trólebus, além de um serviço rodoviário especial, que atende ao Aeroporto Internacional.

A partir do levantamento dessas informações, buscamos selecionar as linhas de ônibus que percorrem as distânciasmais longas entre regiões da cidade, com a finalidade de direcionar o alcance de nosso trabalho de campo: observar e vivenciar o cotidiano dos usuários do transporte coletivo onde a Via TV Mídia opera. Resolvemos seguir a orientação de Caiafa (2007), para quem "dirigir-se a um lugar, ficar, deter-se ali, construir uma vida, mesmo que provisoriamente, entre aqueles sobre quem se vai escrever, cultivar um dia-a-dia com eles, participar em parte do que se observa e se quer elucidar, têm sido atividades inseparáveis do empreendimento etnográfico".

Para criar condições que possibilitassem a segunda fase de coleta de dados, com entrevista individual, iniciamos um trabalho sistemático de observação etnográfica, no mês de agosto de 2011, em horários alternados e em diversas linhas de ônibus[49]. O objetivo inicial no campo foi o de apenas observar, escutar e acompanhar as conversas dos passageiros fora e dentro dos ônibus, bem como o que as cercava.

Observamos e interagimos em conversas, compartilhamos por vários dias dos espaços ao redor e dentro do ambiente do ônibus, buscamos estabelecer maior aproximação com algumas pessoas que estivessem dispostas a nos conceder entrevistas individuais. Nosso objetivo nessa etapa foi o de ouvir as narrativas do cotidiano e saber como a novela entrava em suas vidas, se o fato de uma programação televisiva ser exibida dentro do ônibus era uma forma de entretenimento que contribuía para aliviar o peso da viagem enquanto se deslocavam para seus destinos. Que sentidos traduziam assistindo televisão no ônibus com programas que vão ao ar sem áudio e com legenda? Se as novelas, em especial, eram desfrutadas e como.

Nosso primeiro objetivo foi tentar estabelecer uma relação de confiança, já que éramos estranhos ao convívio com aquelas pessoas, naqueles espaços e nos itinerários diários. Durante vários dias nos aproximamos dos passageiros (homens, mulheres, jovens/crianças) que, de alguma forma, interagiram e compartilharam conversações dentro ônibus. Na tentativa de diminuir a estranheza que poderíamos causar com nossa aproximação, criamos algumas situações de conversa sobre a programação de TV ali exibida. Nossa intenção foi a de que

[49]Linha 273X/10 – (Zona Leste) - Metrô Artur Alvin – Jardim Oliveiras ;Linha 274P/10 – (Zona Leste-Sul) - Penha – Metrô Vila Mariana; Linha 805L – (Zona sul) - Term. Princesa Isabel – Aclimação (circular).

essas conversas fossem feitas com naturalidade, sem roteiro prévio de perguntas, com falas espontâneas, que possibilitassem depois interpretá-las, em especial no que diz respeito a assistir a telenovela naquele ambiente tão diferente, feito para o trânsito e não para a recepção.

Pelo fato de "conduzir e distribuir as pessoas, por levá-las para longe de suas vizinhanças, o transporte coletivo efetua em algum grau uma dessegregação" (Caiafa, 2002, p.119). Para compreender como acontece a recepção da narrativa transmídia, em especial a da novela, e quais mediações são preponderantes nessa nova plataforma, na composição dos hábitos e atitudes desse público, nossa proposta foi de conjugar e fazer coexistir a linguagem da experiência, de estar e pensar no trabalho de campo, com a linguagem da teoria, visando racionalizar quando e como isso ocorre. Para Caiafa (2007, p. 89), "mesmo que não supere os códigos sociais que compartimentalizam, marcam, o transporte coletivo cria acesso, franqueia certas marcas e assim expõe as pessoas ao contato".

O relato etnográfico que apresentaremos adiante tem como eixo condutor as orientações conceituais de dois autores, Caiafa (2002, 2007) e Magnani (2002, 2009), que consideramos de grande relevância para nossa pesquisa de campo etnográfica. A contribuição de Caiafa diz respeito à observação das conversações, do contato com o desconhecido e do silêncio que acontece no transporte coletivo, um meio que pode criar oportunidades de compartilhamento e sociabilidade no cotidiano das pessoas, mas que também pode ser considerado um ambiente de risco, por levar o indivíduo ao encontro com o estranho, já que se trata de local fechado, de grande rotatividade no confronto com a variedade urbana. As conceituações de Magnani nos conduziram a realizar a observação etnográfica com um olhar "*de perto e de dentro"*, partindo dos "arranjos*"* dos próprios atores sociais, pois são eles — "em suas múltiplas redes, formas de sociabilidade, estilos de vida, deslocamento, conflitos etc., que constituem o elemento que em definitivo dá vida à metrópole" (MAGNANI, 2002, p.15) —, incluindo na estratégia a investigação na paisagem em que essas práticas se desenvolvem, tomando-as como recorte de análise, sugeridas pela perspectiva etnográfica do olhar *de perto e de dentro*, do autor.

5.2 – Observando “De Perto e De Dentro”: Os Relatos Etnográficos

Sabemos que milhões brasileiros estão dentro do modelo de recepção da televisão com grade de programação, comprometidos com o horário certo para assistir seu programa e, principalmente, sua novela favorita. Mas qual é o grau de recepção de um público que, sentado, de pé ou se equilibrando nos balaústres se estica para assistir o resumo de uma novela —com narrativa transmídia — mesmo que tenha assistido o capítulo completo, no dia anterior, na TV de sua casa? Dentro desse cenário, procuramos detectar de que maneira essa recepção acontece, a partir de um trabalho de observação sistemática em algumas linhas de ônibus nas regiões da cidade, onde a Via TV Mídia opera.

Enfatizamos, com Caiafa (2007, p.147-148), a concepção de observação etnográfica como experiência vivenciada do aprender com experimentar o estranho e ser também esse estranho. Em suas palavras:

> (...) Dirigir-se a um lugar, ficar, deter-se ali, construir uma vida, mesmo que provisoriamente, entre aqueles sobre quem se vai escrever, cultivar um dia-a-dia com eles, participar em parte do que se observa e se quer elucidar, têm sido atividades inseparáveis do empreendimento etnográfico. (...) Trata-se de um aprendizado que extraímos da antropologia não como disciplina, mas como um campo produtivo de trabalho efetivo onde floresceu uma forma de pesquisa, uma atitude, um olhar, um tipo de inquietação intelectual e afetiva (CAIAFA, 2007, p. 147-148).

Dentro dessa moldura, passamos expor a nossa pesquisa de campo, ressaltando também que as falas dos atores sociais foram anotadas em nosso diário de campo e aqui transcritas. Para melhor compreensão, elas estão em itálico e os nossos comentários entre parênteses. São, ao todo, 11 *relatos etnográficos*.

Passamos a relatar nossa observação na forma de um diário de campo.

Relato 1: 22 deagosto de2011

O ônibus que faz a linha, Metrô Artur Alvin – Jardim Oliveira (Zona Leste) é a nossa empreitada inicial. São 6 horas da manhã, faz frio e já existe uma longa fila de passageiros aguardando a chegada do ônibus ao ponto. A temperatura parece contribuir para que as pessoas fiquem quietas e encolhidas. Algumas buscam proteção, cruzando os braços ou fazendo fricção nas mãos. Diferente das demais pessoas ali aglomeradas, três mulheres,

aparentando idades entre 40 e 50 anos, conversam animadamente, enquanto aguardam a chegada do transporte que vai conduzi-las a algum lugar, sobre a novela *Cordel Encantado* — folhetim com enredo de fábula ambientado em dois reinos fictícios, um europeu, Seráfia (com reis e rainhas), e um sertanejo, Brogodó (com um bando de cangaceiros), onde dois jovens, Jesuíno (Cauã Reymond) e Açucena (Bianca Bin) de origens diferentes lutam contra o tirânico coronel Timóteo (Bruno Gagliasso) para serem felizes para sempre.

Vestidas de maneira simples, mas bem agasalhadas, cada uma carrega, além da bolsa a tiracolo, uma sacola plástica contendo uma provável marmita no seu interior. O cheiro de comida caseira exala forte. O amor de Jesuíno e Açucena, a inveja do coronel Timóteo e o fim de suas maldades fazem parte do conteúdo da conversa.

— *Acho que Açucena já sofreu demais nas mãos de Timóteo,* diz uma delas, enquanto a outra retruca; às *vezes tenho raiva dela, é muito molenga pra meu gosto*.

A terceira, que apenas escutava enquanto olhava para os sapatos, aproveita para falar que Jesuíno "*também é muito bonzinho e devia ser como o pai Lampião*" (referindo-se ao Capitão Herculano – líder cangaceiro e pai de Jesuino na trama).

O ônibus chega e a conversa continua enquanto caminham na fila para entrar no veículo. Entramos junto, o ônibus está cheio e sem lugar para sentar. Elas, então, procuram ficar o mais próximo possível de uma das telas. Observo seus olhares que se voltam a um monitor. A grade de programação exibe um conteúdo jornalístico (sobre esporte) seguido de publicidades institucionais (sobre bilhete único). Não demora e logo aparece na tela o resumo da trama *Cordel Encantado*. Olhos grudados no monitor de TV e uma pausa nas conversações. São apenas 5 minutos de novela e, só após, a conversação recomeça e se prolonga, com inesperadas intervenções do cobrador que insiste em querer participar da conversa com informações conseguidas na internet:

— "*Eu li no site que ele morre*", afirma o cobrador. "*Ainda bem, porque quando ele aparece maltratando todo mundo, fico com muita raiva*", diz uma das três mulheres. A conversa continua animada e o assunto se divide entra a trama ficcional e a vida real até que duas delas se despedem e descem. Dois pontos depois é a vez da outra, que aproveita para também fazer sinal de despedida para o cobrador. Durante todo o percurso, alguns passageiros conversam sobre os mais variados assuntos em baixa voz, mas a predominância é do silêncio. Isto porque a grande maioria dos passageiros das primeiras horas do dia aparenta estar ainda sonolenta e

aproveita o tempo para cochilar ou visualizar a paisagem pela janela, enquanto outros só observam o que está sendo exibido no monitor de TV.

O fato de três mulheres conversarem animadamente sobre o enredo de *Cordel Encantado* — que assistiram provavelmente no aconchego das suas casas na noite anterior — enquanto esperavam numa enorme fila a chegada do transporte que iria conduzi-las aos seus destinos, provavelmente a mais um dia de trabalho, sem deixarem se afetar pelo frio de rachar daquela manhã e nem com quem estavam ao redor; de terem interrompido a conversação, quando já estavam dentro ônibus, justamente no momento em que apareceu no monitor de TV o resumo da mesma; da conversação ter sido retomada após a exibição do resumo e desta vez com a participação do cobrador, que nos pareceu ter sido bem-vinda pelas três mulheres que se interessaram em ouvir o que ele tinha de informação sobre a trama que acabaram se assistir, como descrevemos em nosso primeiro dia de observação etnográfica, nos conduziu ao que diz Lopes (2009, p.22) sobre ser necessário reconhecer que a televisão "possui uma penetração intensa na sociedade brasileira devido à sua peculiar capacidade de criar e de alimentar um "repertório comum", por meio do qual as pessoas (...) se posicionam e se reconhecem umas às outras".

A leitura que fizemos observando o acontecido é que, para elas, pouco importava o lugar onde se encontravam — num ônibus superlotado, conversações atravessadas, um trajeto a ser percorrido dentro de um espaço público — naquela manhã de muito frio. Era como se estivessem na sala de TV de suas casas. Por um tempo, seus pensamentos estavam voltados para a trajetória dos personagens que nada tinha de realidade, mas povoava o imaginário de todas e que "esse repertório compartilhado está na base das representações de uma "comunidade nacional imaginada" que a televisão, mais que qualquer outro meio, consegue captar, expressar e atualizar permanentemente" como afirma Lopes (idem, p.23).

> A televisão dissemina a propaganda e orienta o consumo que inspira a formação de identidades (Garcia Canclini, 1995). Nesse sentido, a televisão, e a telenovela em particular, são emblemáticas do surgimento de um "novo espaço público", no qual o controle da formação e dos repertórios disponíveis mudou de mãos, deixou ser (...) dos titulares dos postos de comando da sociedade (LOPES, 2009, 23)

Relato 2: 23 de agosto de2011

Nesse dia resolvemos embarcar na linha Terminal Princesa Isabel – Aclimação/Circular (ônibus de linha que circula sem ponto final para embarque e desembarque). Nas primeiras horas do dia, o perfil dos usuários dessa linha não é muito diferente do perfil dos passageiros

do Metrô Alvin – Jardim Oliveira. Também são pessoas simples, algumas deixando transparecer que são trabalhadores da construção civil, pelas conversas em pauta sobre material hidráulico de um prédio que está sendo erguido. O número de passageiros do sexo masculino é bem maior que do feminino. As conversações giram em torno de trabalho e futebol. Por ser circular, resolvemos permanecer no coletivo. O sobe e desce do transporte é frenético, o número de usuários aumenta e à medida que o horário vai avançando o perfil do usuário vai mudando.

Os trabalhadores operários das primeiras horas vão dando lugar a outros que, pelos vestuários e pela maneira como se comportam dentro do veículo, presume-se que tenham um grau de instrução mais elevado. Por volta das 8 horas, por exemplo, percebemos que as poucas conversações iniciadas, entre alguns passageiros, davam conta dos assuntos de trabalho ou de estudos, outros assistiam à *Fina Estampa* — novela de Aguinaldo Silva que narra vida de Griselda ou Pereirão (Lília Cabral), mulher pobre que para sobreviver e criar seus filhos trabalha consertando de tudo um pouco, desde trocar pneus a mexer com eletricidade, ou reparos em eletrodomésticos e sempre usa um macacão de oficina. (exibida de 22 de agosto/2011 a março/2012)—, em silêncio, enquanto três jovens comentavam o final de *Insensato Coração* — novela de Gilberto Braga e Ricardo Linhares (exibida de janeiro a agosto de 2011) — trama que aborda diferentes relações familiares entre membros da classe média brasileira, focando na conflituosa relação entre os irmãos Léo (Gabriel Braga Nunes), o vilão, e Pedro (Eriberto Leão), o bom moço.

Um delas diz que "*Leo não devia ter morrido, ele tinha que ficar vivo e mofando na cadeia"*. As outras duas confirmam acenando com a cabeça. A conversação continua, mas o assunto agora é sobre a beleza do ator que interpretou Leo. A que falou sobre a morte do personagem acrescenta: "*Não entendo como um cara tão bonito aceitou fazer ser um bandido tão perigoso. Quando ele aparecia dava até arrepio"*. Nesse período da manhã, o maior número de usuários é formado por jovens trabalhadores e estudantes. Alguns aproveitam o tempo e começam a ler livros e impressos que parecem textos em xerox e/ou apostilas.

Uma conversação é iniciada entre dois jovens e o cobrador. Eles falam de futebol e, enquanto isso, outro rapaz ao lado, aparentando rosto abatido, parece estar triste com os seus pensamentos distantes. O coletivo começa a ficar lotado e uma jovem olha para o lado como quem está recriminando o comportamento de outra, que tenta passar para mais adiante do ônibus, sem pedir licença, empurrando todo mundo. Agora, fica difícil saber se alguém está conseguindo olhar para uma das telas. Olhamos para o piso do veículo e enxergamos uma

passageira na ponta dos pés, esticando-se para enxergar um dos monitores de TV. Resolvemos, então, observá-la. Passados alguns minutos, ela consegue ficar mais próxima de um monitor e dirige o olhar para o programa que está sendo exibido. O conteúdo é do programa *Mais Você*. Ela parece encantada com uma matéria que fala sobre bolsas e sapatos femininos.

Está próximo das 10 horas, resolvemos fazer mais uma viagem, na mesma linha. Neste período os ônibus circulam com menor número de passageiros, poucos estão de pé. Duas senhoras entram e dirigem o olhar para uma das telas. Minutos depois estão dialogando sobre o último capitulo de *Insensato Coração*. Uma comenta que a novela foi sem sal e que só assistiu por causa do Leo (personagem antagonista da trama). "*Não foi tão ruim assim*" questiona a outra, tentando sentar na cadeira que acaba de ficar livre. *"Aquele casal principal, o piloto e aquela mulher dele, êta casal sem graça e chato"*, rebate a que só assistiu a trama por causa Leo. O diálogo sobre a trama continua por alguns minutos e logo em seguida o assunto passa a ser a nova novela, *Fina Estampa*. "*Essa parece ser boa*", afirma uma delas, e a outra diz "*Não gosto de começo de novela, é sempre muito chato*".

Na tela um conteúdo do *Globo Repórter* chama a atenção de um rapaz bem vestido que assiste a tudo em silêncio. Nessa manhã, depois de permanecermos algumas horas dentro do coletivo, observamos que com o passar das horas, o número de passageiros vai diminuindo, poucas conversações atravessadas são iniciadas e logo o silêncio volta a predominar.

O silêncio de alguns passageiros, enquanto assistiam ao primeiro capítulo de *Fina Estampa* em meio a conversações atravessadas, nos levou a deduzir que os mesmos não estavam interessados no que ocorria ao seu redor e, sim, em acompanhar o que estava sendo narrado no monitor de TV. Para Caiafa (2007, p.108), "o silêncio que se produz nos espaços coletivos das grandes cidades é um silêncio denso que ocorre em torno à conversação e se recorta sobre um fundo de grande estimulação material e afetiva". A nosso ver, o silêncio que aí se constatou dava conta de outro de tipo de comunicação com o meio, porque o que estava em cena, de interesse para essas pessoas, era o assistir o enredo de uma nova novela. Já o outro silêncio no final da nossa observação desse dia dava conta de as pessoas não estavam interessadas em conversações e que optaram pelo isolamento enquanto se locomoviam.

Já as primeiras conversações que diziam respeito ao final de *Insensato Coração*, entre algumas passageiras nesse dia, nos deixou duas visões. Primeiro, o fato de a trama ter chegado ao fim na semana anterior, não encerrou as conversações sobre o caráter de um personagem (o antagonista) e a interpretação diferenciada de cada uma. Segundo, uma das

conversações dá conta que o final deveria ter sido outro, deixando claro que morte do vilão não foi suficiente para apagar as maldades dele, mas logo em seguida o assunto passa ser a beleza do ator que interpretou o mau caráter. Ou seja, na leitura imaginária que essas pessoas acabaram verbalizando na conversação sobre o vilão nos pareceu claro que, para elas, pelo menos na ficção, todo mau caráter deveria ser feio.

Em outra conversação em que duas senhoras falam também sobre o final da novela *Insensato Coração* e início da substituta, *Fina Estampa* nos levou a concordar de imediato com Motter que afirma que a "convivência com as personagens e seus dramas tecidos diariamente criam uma espécie de intimidade que tende a integrá-los à vida dos telespectadores que, ao final, sofrem uma perda que a novela seguinte vai tentar repor" (MOTTER, 2003, p.33). Quando se refere ao início de uma trama ela esclarece que,

> Do ponto de vista temático, o início de uma telenovela representa uma mudança, uma ruptura no cotidiano do telespectador que deve se adaptar à nova proposta, como se, subitamente ele tivesse que mudar de assunto sem estar suficientemente preparado para fazê-lo. É nesse particular que a curiosidade e o hábito agem no sentido de manter o telespectador nesse espaço nebuloso e crucial da telenovela (MOTTER, 2003, p.33).

Relato 3: 24 de agosto de 2011

Nesse dia mudamos o horário e embarcamos na linha Penha – Metrô Vila Mariana. São 18 horas, o terminal de ônibus que fica ao lado do metrô Vila Mariana está um verdadeiro "formigueiro" de gente formando filas de espera nas linhas que os conduzirão a seus destinos. No ponto da linha Penha – Metrô Vila Mariana, fica impossível enxergar o número de pessoas que se aglomeram; algumas se direcionam para o final da fila, outras formam um grande amontoado ao redor do início da fila. O ônibus chega às 18 horas e 30 minutos. Por estar atrasado, o cobrador pede para o motorista deixar os passageiros entrarem. Enquanto este último aproveita para pegar das mãos do primeiro o formulário que registra o controle das chegadas e partidas do veículo e levar até o fiscal, que já espera na porta.

Não demora e logo o ônibus está superlotado, as pessoas se acotovelam, e fica mais difícil embarcar. Resolvemos enfrentar a fila e esperar o próximo, assim como muitos outros usuários. Um senhor começa a falar que a linha é a pior que existe que são poucos ônibus para atender muita gente e quase sempre chega ou sai atrasado. Mais dois homens que estão próximos se animam para uma conversação sobre as dificuldades que enfrentam para ir e voltar do trabalho. Outro coletivo chega e nova aglomeração se forma, todo mundo parece ter pressa para embarcar, mas o motorista e o cobrador desembarcam e deixam as portas

fechadas. Cinco minutos depois reaparecem, abrem a porta dianteira e o empurra daqui, empurra dali começa. O ônibus sai lotado. Mais uma vez resolvemos esperar por outro.

Permanecemos na fila no aguardo do próximo, que demora quase meia hora para chegar. A fila está repleta de pessoas que aparentam cansaço. Alguns jovens estão usando o celular, dedos ágeis digitam freneticamente o que parecem ser mensagens. Outros demonstram feições zangadas ou olham para além de tudo aquilo, passando a impressão de que estão vagando em pensamentos. Depois de muito esperar, um ônibus chega e conseguimos embarcar, assim como muitos dos que ali se encontravam. O cansaço parece ter tomado conta dos passageiros que lotam o veículo e esperam ansiosos para seguir viagem.

Enquanto estávamos dentro dele, observamos que a grande maioria dos usuários está de olho na tela, mas não se dispõe a compartilhar nenhum tipo de comentário sobre o conteúdo que está sendo exibido: a novela *Cordel Encantado*. Durante todo o trajeto, alguns passageiros descem, outros aproveitam para sentar e cochilar. Duas jovens compartilham suas impressões sobre os primeiros capítulos de *Fina Estampa*, mas logo mudam de assunto, que agora passa a ser o convite para uma balada. Não demora e o silêncio volta a reinar até o ponto final, no bairro da Penha.

A leitura que fizemos neste dia tomando como base nossas oberservações nos conduziu à conceituação antropológica de DaMatta (1986, p.20), quando afirma que "de fato, falamos da "rua" como um lugar de "luta", de "batalha", espaço cuja crueldade se dá no fato de contrariar frontalmente todas as nossas vontades". A volta para casa ou para qualquer outro lugar que não fosse o trabalho, parecia angustiante para muitos rostos que deixavam transparecer estarem cansados, enquanto aguardavam ansiosamente numa parada de ônibus, na rua, a chegada de mais um transporte coletivo que pudesse conduzi-los aos seus destinos. Observamos que quando essa rotina inclui o uso do transporte coletivo numa cidade como São Paulo, o acréscimo do estresse e desânimo parece ficar mais aguçado. DaMatta ainda acrescenta que,

> Daí por que dizemos que a rua é equivalente à "dura realidade da vida". O fluxo da vida, com suas contradições, durezas e surpresas, está certamente na rua, onde o tempo é medido pelo relógio e a história se faz acrescentando evento a evento numa cadeia complexa e infinita (DAMATTA, 1986, p. 20).

Começamos aqui o segundo período da primeira etapa (de 21 a 23/05 e de 22 a 26/10/2012), na qual buscamos dar conta de novas observações. Primeiro, fizemos o mesmo percurso, nos mesmos ônibus de linha, mas com um diferencial: o de criar possibilidade de aproximação

com os transeuntes que estavam com a atenção voltada para o conteúdo em exibição. Em seguida, fizemos uso de outras linhas de ônibus. Para atingir nosso objetivo nesse contexto, passamos a gravar as conversasões para não perdermos nenhum detalhe que pudesse contribuir para nossa leitura etnográfica interpretativa.

Relato 4: 21 de maio de 2012

Linha Penha – Metrô Vila Mariana. São 6 horas e 50 minutos da manhã quando chegamos à Estação do metrô Vila Mariana. A intenção é fazermos o caminho no sentido bairro neste horário. O ônibus chega e alguns passageiros já estão à sua espera. Muitas pessoas que saem do metrô vêm em direção ao ponto onde estamos e a fila começa a crescer. São 7 horas e 5 minutos, quando o cobrador faz sinal para os passageiros entrarem.

Uma mulher fala ao celular, enquanto entra no veículo, comunicando para quem está do outro lado da linha que vai falar rápido porque os créditos do celular estão acabando e que deixou o almoço pronto na geladeira; em seguida desliga e faz sinal para outra mulher que se encontra bem próxima do monitor de TV. Vai ao encontro dela e procuramos nos aproximar também. Percebemos que se tratava de duas pessoas que se conheciam, quando uma conversação animada é iniciada. Recarga de bilhete único, de telefone, filhos e patroa são os primeiros assuntos compartilhados.

O ônibus sai. Está cheio, mas não lotado. No terceiro ponto da Avenida Lins de Vasconcelos, a mulher que falava ao telefone enquanto adentrava no ônibus dá passagem para a sua amiga descer e passa a prestar atenção no conteúdo da tela. Passageiros desembarcam, outros embarcam, mas ela consegue se sentar. Tão logo se acomoda uma nova conversação é iniciada entre ela e outra mulher, sentada ao lado, que também parecia conhecer.

— *E aí, Tereza? Falou com sua patroa sobre aquilo que conversamos*? Tereza responde:

— *Ainda não, mas vou falar durante a semana*.

— *Se ela não aceitar diga que já tem outra oferta*, diz a mulher ao lado.

Tereza fala para ela que vai agir como as meninas de *Cheias de Charme* — novela de Felipe Miguez e Izabel de Oliveira (exibida de abril a setembro de 2012), que narra a aventura de três jovens empregadas domésticas, Rosário (Leandra Leal), Penha (Taís Araújo) e Cida (Isabelle Drummond), que resolvem formar um grupo de cantoras de nome “Empreguetes” mas precisam enfrentar a ex-patroa, a Chayene (Claúdia Abreu), uma cantora de tecnobrega que faz de tudo para atrapalhar a carreira das agora cantoras, — e que está cheia de trabalhar, trabalhar e não ter folgas nos fins semana. Na tela, o conteúdo é do programa *Globo Esporte*,

seguido de comerciais. Minutos depois o resumo de *Malhação* começa a ser exibido, mas não atrai atenção das duas. No último ponto da Avenida Lins de Vasconcelos, Tereza se despede da amiga Rosa, agora identificada, que volta a olhar para a tela, mas não com atenção, até aparecer o conteúdo da novela, *Cheias de Charme*. Durante os cinco minutos de exibição, ela não tirou os olhos da TV.

Observamos os demais passageiros, notamos que muitos deles também direcionam o olhar para os monitores. Conversações paralelas começam a acontecer e o assunto gira em torno do clipe *Vida de Empreguete* — lançado no dia 19 de maio, na internet, através da página oficial da novela, com as três ex-empregadas domésticas, Penha, Rosário e Cida — e da patroa, Chayene, que morre de inveja das novas estrelas. Depois da exibição de *Cheias de Chame*, aproveitamos a oportunidade para iniciar uma conversa com Rosa sobre as novelas que são exibidas na programação da plataforma ônibus. Rosa é empregada doméstica, faz o mesmo trajeto há três anos. Perguntamos se ela consegue acompanhar os resumos das novelas todos os dias.

— *Nem todo dia consigo assistir direito. Tem dia que o ônibus tá muito cheio. Quando consigo chegar mais cedo, procuro ficar perto da televisão. O pessoal fica empurrando a gente, aí fico nervosa por que não consigo ler. Gosto muito de Cheias de Charme, mas quando chego em casa, ela já tem começado. Assisto todas as novelas da Globo que também passam no ônibus.*

Então, você é uma fã de novela? Perguntamos.

— *Eu gosto porque fala muita coisa que acontece com a gente, também. Algumas, fica difícil de acompanhar todos os dias, mas sempre dou um jeito de conseguir saber o que aconteceu. Minha filha conta tudo para mim, quando chego em casa*.

Você consegue acompanhar as novelas do jeito que elas são exibidas aqui?

— *Fico mais de olho na imagem, não enxergo bem, as letras são pequenas demais*. *Como minha filha conta tudo, quando vejo aqui já sei tudo que aconteceu, mas gosto de ver, de novo. Serve para distrair, também, né?*

Você falou que gosta de novela porque ela fala de muitas coisas que acontece com a gente, você acha que existe semelhança entre as histórias que as novelas contam com o que acontece no dia a dia das pessoas?

Rosa nos devolveu com outra pergunta: *você não acha*? Em seguida deu um sorriso e respondeu.

— *Não são todas, tem umas que falam sim. A gente sabe que não vai acontecer com a gente o que aconteceu com as meninas de Cheias de Charme. Mas essa novela é boa porque mostra os dois lados. Não é porque a gente é empregada que tem que aceitar ser humilhada pela patroa, tem muita patroa que é igualzinha à Chayene. A novela mostra que a gente que é pobre e mora em favela, também é gente honesta. Muita gente só é empregada doméstica porque não teve outra chance na vida, porque não pode estudar para ter um emprego melhor. Minha filha não vai ser empregada doméstica, ela estuda e faz também curso técnico. Dou muito duro na vida para ela ter uma vida melhor que a minha e garantir um futuro melhor.*

Depois da resposta, Rosa começou a se arrumar, dando a entender que o ponto onde ela iria descer estava próximo, em seguida levantou-se, deu um até logo e se aproximou da porta de saída. Agradecemos pela conversa, desejamos um bom dia para a Rosa e voltamos para nossa observação até o ponto final do ônibus. Algumas conversações sobre o clipe *Vida de Empreguete* continuavam acontecendo, alguns comentários davam conta da beleza das três atrizes intérpretes das empregadas e da música que, na opinião de uma jovem que participava da conversação, falava muita verdade da vida de empregada doméstica. Enquanto isso, a programação no monitor de TV corria normalmente, com publicidade e prestação serviços.

Dias antes do clipe *Vida de Empreguete* ir ao ar no capítulo da novela e conseguir sucesso na internet, a TV Globo usou um dos capítulos da novela para promover um concurso para as domésticas de todo Brasil, o que fez com que muita gente participasse enviando vídeo/clipe para o programa *Fantástico*, mostrando sua vida de empregada doméstica com base na música das *empreguetes*. Isso nos levou a perceber que bastou o resumo da novela ser exibido para o clipe na internet ser motivo para conversações e compartilhamento daquelas pessoas. Rosa já havia desembarcado, mas nosso pensamento se voltava para suas respostas às nossas perguntas. Seu jeito descontraído de falar, gesticulando com as mãos como se quisesse expressar com mais autenticidade sua opinião, nos deu a entender que ela queria nos dizer também que havia muito da sua vida narrado na história ficcional.

A identificação que Rosa deixa transparecer com a narrativa nos leva ao que dizem Motter e Mungioli quando conceituam que "às condições sociais e políticas presentes na sociedade brasileira fazem com que essas produções surjam como metáfora da nação que se busca, que procura sua imagem, que procura um conceito para se entender" (MOTTER e MUNGIOLI, 2007-2008, p. 158). Por outro lado, no nosso entender, Rosa não quer que sua filha faça a

mesma leitura de identidade que ela faz com a narrativa ficcional de *Cheias de Charme*, quando diz que sua filha estuda e por isso vai ter um futuro melhor.

Relato 5: 22 de maio de 2012

São 12 horas e 45 minutos quando embarcamos no ônibus da Linha Terminal Princesa Isabel – Aclimação (circular). Nesse horário o coletivo não está tão cheio, pois há algumas cadeiras vazias. Optamos por sentar ao lado de uma jovem que está lendo um livro e, de vez em quando, levanta o rosto e direciona o olhar para o monitor de TV, onde está sendo exibida uma matéria do programa *Fantástico*, seguida de publicidades institucionais. Alguns minutos depois o conteúdo muda e ela fecha o livro. O que aparece na tela é o resumo de *Avenida Brasil* — novela de João Emanuel Carneiro, exibida de março a outubro de 2012 — narra a história de vingança de Rita/Nina (Mel Maia e Débora Falabella) contra sua madastra Carminha (Adriane Esteves), que junto com seu amante Max (Marcelo Novaes) matou o pai da mocinha. Anos depois a jovem volta para destruir a vida da vilã que está casada há mais de uma década com o ídolo e ex-jogador doclube de futebol Framengo e da Seleção brasileira, Tufão (Murilo Benício). Compartilhamos também desse momento. Quando o conteúdo muda, seu olhar é direcionado para a paisagem fora do ônibus. Aproveitamos o momento para criar um diálogo e perguntamos: você só ficou olhando para a TV enquanto estava passando o resumo da novela. Você consegue acompanhar a história da forma que ela é exibida aqui?

— *Quando vi pela primeira vez, achei legal, uma novidade, e eu prestava muito atenção. Assistia tudo. Agora, só fico prestando atenção quando não consigo assistir em casa. Tem novela que é legal, mas tem umas que não. Fina Estampa, só consegui assistir aqui. Agora acompanho Avenida Brasil também.*

Por que você não consegue acompanhar em sua casa?

— *Saio do trabalho às oito horas, até chegar no ponto de parada e pegar o ônibus, vai mais meia hora ou mais. Até chegar em casa, lá se foi a novela. Só consigo assistir as novelas das oito em casa nos sábados. Nos outros dias da semana assisto pela internet, quando posso, a maioria delas. Só uma que corro atrás para acompanhar melhor, Avenida Brasil. Corro atrás de toda notícia que fala dela. Estou adorando Avenida Brasil, ela é muito boa. Aproveito o tempo que estou no ônibus para assistir, aqui também.*

Onde você trabalha?

— *Trabalho numa lanchonete no Cambuci.*

O que tem em *Avenida Brasil* que você está gostando tanto, a ponto de acompanhar até as notícias que saem sobre ela?

— *É melhor que Fina Estampa. Fina Estampa tinha aquela assassina que conseguia matar, matar e nunca era descoberta. Não gostei do final. Essa agora é melhor, ela tem muita confusão, tem muita maldade, mas tem gente de bom coração. A história é parecida com a vida da gente. Espero que continue assim até o fim.*

Perguntamos em que a novela *Avenida Brasil* é parecida com a vida da gente? Ela se anima para responder rapidamente.

— *Acompanho desde o primeiro capítulo, quando Carminha se juntou com o amante Max para matar o pai da Rita e deixar a criança no lixão. No meu bairro tem um lixão que fica cheio de criança e adultos catando coisas. É muito triste. Depois o golpe que Carminha deu no Tufão é muito comum nesse mundo cão que a gente vive. Tenho uma amiga que perdeu o noivo para outra mulher bem vagabunda como Carminha e até hoje ela sofre porque estava com data do casamento marcada. O bairro do Divino é a cara do bairro onde moro, tem de tudo e a gente é muito amigo de todo mundo, tem muita gente de bom coração, que ajuda sempre quem precisa. Acho que isso que me faz gostar da novela.*

Ela faz menção de que vai descer, agradeço nossa conversa e pergunto seu nome. Antes de dirigir para a porta de desembarque, ela responde que se chama Valéria. Continuamos por mais meia hora e observamos que esse é um período em o ônibus não transita com lotação de passageiros. Na sua grande maioria são jovens e pessoas de mais idade. Os monitores TV seguem com sua programação, algumas pessoas conversam em voz baixa, mas nada que diga respeito ao que está sendo exibido nas telas. Alguns garotos brincam com joguinhos no celular.

Provavelmente, se nós não tivéssemos iniciado uma conversa com Valéria, ela teria assistido do capítulo da novela e em seguida retornaria à sua leitura do livro, não sabemos, apenas estamos pressupondo que seria assim. Caiafa reflete que “falar com estranhos configura uma situação particular da comunicação. Nas grandes cidades, a convivência com desconhecidos cria certas condições especificas para o diálogo e o silêncio” (CAIAFA, 2007, p.105). Não tínhamos como saber qual seria a reação daquela jovem que para nós era mais uma pessoa estranha em meio a tantas outras dentro do ônibus. Já para Valéria e para os demais que aí se encontravam, o estranho éramos nós. Mas usamos como “recurso comunicativo” a exibição da narrativa transmídia da trama *Avenida Brasil* que acabara de ser exibida, tivemos uma

experiência gratificante, com uma excelente conversação. Claro que, dentro do ônibus, o mesmo ambiente possível de conversações é também um ambiente de descontinuidade que nos interpela, como diz Caiafa:

> Nas ruas cruzamos freqüentemente com estranhos cuja procedência ignoramos. E não é só a diversidade humana, mas toda sorte de estímulos em torno, todo o espaço natural e construído nas cidades tende a constituir um ambiente de descontinuidades que nos interpela e que exige constantementeum gesto de nossa parte. É a intensidade urbana (CAIAFA, 2007, p.105).

Assim como em outros momentos de nossa observação, detectamos o fato de a ficção e a realidade se entrelaçarem no cotidiano das pessoas, permitindo interpretações das mais variadas, cabendo a cada receptor interpretar o entrelaçamento da maneira que melhor lhe convir. Para Lopes (2009, p.27), "a encenação de fatos e temáticas sociais e políticas remetem às menções feitas sobre o caráter "naturalista" das novelas e as referências explicitas à vida da nação".

Relato 6: 23 de maio de 2012

Embarcamos na linha Metrô Artur Alvin - Jardim Oliveiras – Zona Leste, às 7 horas e 45 minutos. Ponto de ônibus cheio, não existe fila, as pessoas estão aglomeradas, algumas, nervosas, começam a criticar o transporte coletivo da cidade.

— *O governo não tem respeito com trabalhador. Andar de ônibus é um sufoco. Fico nervoso com os empurrões que levo. Todo dia é a mesma coisa. Andar de ônibus não é pra qualquer pessoa, faço isso porque não tem outro jeito,* desabafa um senhor.

Aproveitamos a oportunidade e questionamos: o ponto está sempre cheio, assim?

— *É sempre assim, todo dia é a mesma coisa. Sem falar que a gente espera, espera e quando o maldito chega um monte de gente, que chegou aqui muito depois, fica atropelando a gente pra entrar primeiro.*

Tentamos continuar a conversa, mas ônibus acaba de chegar. Um empurra-empurra tem início, o senhor não consegue entrar e mais uma vez ele mostra que está zangado e parece não querer conversa. Minutos depois, bem próximo dele, uma roda de rapazes se forma e o assunto é futebol. Não demora e o senhor já está engajado na conversação, compartilhando suas opiniões sobre o time do Palmeiras.

Passados 15 minutos, outro ônibus chega, mas o aglomerado de pessoas continua crescendo, já que esse é um horário de pico e todos querem embarcar a qualquer preço para não

chegarem atrasados ao trabalho. O empurra-empurra recomeça, alguns passageiros começam a reclamar com outros que acabaram de chegar e também querem embarcar, sem respeitar os demais que estavam lá antes. O sufoco para embarcar é grande, mas conseguimos adentrar. Devido à superlotação e sem a possibilidade de observar quem está de olho no conteúdo do monitor, direcionamos nossa atenção para as conversações que tiveram início antes mesmo do embarque, entre o senhor e os rapazes. O distanciamento impede entender com clareza o que cada um está falando, mas o assunto é o mesmo que compartilharam antes: futebol.

Alguns passageiros aproveitam a viagem para dormir, outros observam pelas janelas as paisagens do trajeto. Vinte minutos se passam, quando uma jovem reclama que foi empurrada por outra e uma discussão entre as duas tem início, chamando a atenção dos demais passageiros. Não demora e os ânimos se acalmam. O que fica mais transparente em nossa observação é a insatisfação das pessoas que se acotovelavam para encontrar um espaço e segurar nos balaústres ou no corrimão, durante todo o trajeto. Em silêncio, a maioria dos passageiros, deixa transparecer cansaço até o ponto final. No desembarque até os que dormiram durante toda a viagem se apressam para desembarcar e empurram quem encontram pela frente. Nesse dia não tivemos condições de iniciar conversações dentro do ônibus, que estava superlotado e as pessoas não deixaram transparecer estarem acessíveis a conversas. Fizemos toda a viagem apenas observando.

Observamos ser normal o fato de a maioria dos trabalhadores, nas primeiras horas dias, até o horário de pico do período da manhã (das 6h às 9h), aparentar sonolência e aproveitar para cochilar ou mesmo dormir enquanto viaja. Como também uma parcela de usuários, que faz percurso longo, mostra ansiedade enquanto espera o transporte. As queixas nas paradas de ônibus são inúmeras, os bairros mais distantes do centro da cidade são os que mais sofrem com escassez de transporte coletivo.

Para se ter uma ideia do caos no trânsito que a população da cidade de São Paulo enfrenta diariamente, não só quem está motorizado, mas principalmente quem depende do transporte coletivo, um estudo feito pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)[50], mostra que a população mais pobre gasta quase 20% a mais do tempo para fazer esse deslocamento do que os mais ricos. E mais: “a proporção de trabalhadores que fazem viagens mais longas, com mais de uma hora de duração, aumentou consideravelmente” e chega a 19%, nas grandes

[50] Sobre o deslocamento casa-trabalho em regiões metropolitanas, realizada entre 1992 e 2009 e com base no Censo IBGE de 2010, divulgada em fevereiro de 2013. Disponível em: 06.03.2012 http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1813.pdf acesso em 21.05.2013.

metrópoles do Brasil. São Paulo ocupa o primeiro lugar, é a cidade onde no deslocamento casa-trabalho, as pessoas levam em média, 42,8 minutos, segundo a pesquisa. O IPEA, aponta que "esta piora nas condições de transporte parece estar relacionada a uma combinação fatores", entre eles o crescimento populacional e a expansão da mancha urbana, além do aumento do número de pessoas motorizadas. A pesquisa também diz que "estes resultados reforçam os achados de estudos anteriores de que, em geral, a população de mais baixa renda tende a ser mais vulnerável às desvantagens no transporte urbano".

Relato 7: 22 de outubro de 2012

Linha: 6500/10 - Zona Sul/Centro – Terminal Santo Amaro – Terminal Bandeira. 7 horas e 40 minutos, o dia está nublado, praticamente todo o comércio próximo ao ponto já funciona a todo vapor. Pessoas caminham apressadas. O ônibus que acaba de sair está superlotado. Enquanto aguardamos o próximo, observamos uma jovem tirando um pequeno espelho e um batom da bolsa. Ela pinta os lábios, arruma os cabelos e em seguida guarda seus pertences. O silêncio predomina no local, algumas pessoas fumam enquanto outras dirigem olhares para a redondeza. Dez minutos depois um ônibus chega, embarcamos com dificuldade, quase não se consegue pôr os pés no chão. As pessoas estão empilhadas, mas não reclamam, parecendo conformadas.

Como o destino é o centro da cidade, poucos passageiros descem durante o trajeto, mas o número dos que tentam embarcar aumenta em cada parada. Poucas pessoas estão olhando para as telas de TV. Entre elas estão três mulheres que iniciam conversações sobre o último capítulo de *Avenida Brasil*, assim que o conteúdo começa a ser exibido. Nossa atenção se volta para elas, na tentativa de compartilhar do assunto. Cada uma ao seu tempo, fala da dificuldade que enfrentou para assistir ao último capítulo da trama.

— *Não consegui chegar em casa, liguei pra minha mãe e falei que ia com uns amigos para um bar próximo do trabalho para ver o último capitulo*, diz uma.

— *O escritório fechou mais cedo e o chefe dispensou todo mundo, ele também saiu correndo para assistir. Cheguei em casa e ainda fiz um lanche antes*, enfatiza a outra.

— *Eu consegui chegar antes de começar. Passamos o dia inteiro organizando um bolão com os caixas do mercado, e até com alguns clientes, para o fim de Carminha. Estava torcendo para ganhar o bolão de 250 reais, mas duas pessoas acertaram que ela ia ser perdoada*, completa a terceira.

Elas percebem que estamos prestando atenção ao assunto, mas não dão a menor importância e a conversação ganha outros participantes, como ouvintes. A conversa agora gira em torno das personagens Carminha e Rita/Nina. Uma das três mulheres que iniciaram a conversação quer saber se as outras gostaram de Carminha ter sido perdoada das maldades que fez desde o início da novela.

— *Só em novela a gente vê um negócio desses. Por mim ela terminava no lixão passando fome sofrendo muito e totalmente esquecida por todo mundo,* diz uma.

— *Todo mundo merece uma segunda chance. Ela fez muito mal, mas mostrou que estava arrependida no final*, argumenta a segunda, para justificar o destino dado à personagem.

Depois de ouvir as opiniões, a mulher que fez a pergunta também manifestou sua opinião.

— *Acho que ela precisava sofrer mais para pagar por tudo que fez. Também não deu para engolir tanta bondade da Nina. Ela ficou boazinha demais pra meu gosto. Duvido que alguém possa mudar tão de repente. Não gostei do final dela*.

Entramos na conversação e perguntamos para esta última o que gostaria que tivesse acontecido com essas personagens. Ela sorriu e começou a falar.

— *Eu sei que é novela, mas a gente sempre espera que o bem vença o mal, já que na vida real isso não acontece. Carminha foi uma madrasta bruxa. Ela prejudicou muita gente, enganou todo mundo se passando por uma pessoa boa, ela tinha que terminar sofrendo muito na prisão. Rita fez muita besteira e passou a novela toda enganando todo mundo, tinha que terminar sozinha.*

A chegada ao centro da cidade está próxima. Observamos que uma das mulheres pega um bilhete único na bolsa, como que adiantando que vai embarcar em outro ônibus ou no metrô. O grupo fica disperso, as três mulheres se despedem e se aproximam da porta de saída, desembarcam e seguem caminhando juntas, dando a entender que a conversação continuará enquanto seguem para seus destinos. Outras conversações atravessadas continuam acontecendo, mas torna-se difícil acompanhar porque todos falam ao mesmo tempo. Mas observamos que se tratava de novela e o assunto principal não poderia ser outro, o último capítulo de *Avenida Brasil*, já que as três mulheres que haviam dado início ao tema chamaram atenção de muita gente que resolveu expor sua opinião, em pequenos grupos. E foi assim até o desembarque no ponto final.

As conversações e interações sobre o final da telenovela *Avenida Brasil* durante todo o trajeto bairro sentido cidade, chamou nossa atenção. Primeiro, a semana estava começando, o ônibus estava superlotado, um congestionamento enorme no trânsito, e a maioria das pessoas que se encontravam naquele congestionamento humano, dentro do coletivo, parecia estar num lugar confortável, onde conversava animadamente. Segundo, o final da trama havia acontecido há três dias, mas era o primeiro dia da semana após o termino da novela e como ela havia mexido com o imaginário da maioria, motivo para verdadeiros debates sobre o assunto não faltaram. O terceiro ponto que nos chamou mais atenção, talvez o mais importante, foi reconhecer como a maioria dos que ali estava queria contextualizar seu ponto de vista sobre mais uma história que durante meses ocupou o imaginário de cada um — que sem pedir licença adentrou na sua vida através da televisão, do computador e das mídias sociais via internet, da transmídiação e da mídia impressa —, e que havia terminado.

Havia algo no ar, talvez um saudosismo de algo perdido recentemente e que ainda não havia sido diagnosticado, a convivência com a história e seus personagens não fariam mais parte das suas noites no conforto do lar através da televisão e nem no transporte coletivo, pelos menos nessas mídias. Será que existe aí uma perda de apropriação de sentido? Segundo Martín-Barbero (2004, p.71), "a fragmentação põe em movimento outras mediações da recepção televisiva, entendida como as diferentes instâncias culturais em que o publico das mídias produz e se apropria do significado e do sentido do processo comunicativo".

> Aplicado ao campo da televidência, Guillermo Orozco definiu as mediações como "um processo estruturante", que configura e reconfigura tanto "a interação dos membros da audiência com a televisão como a criação por eles do sentido dessa interação" (MARTIN-BARBERO, 2004, p.71).

Relato 8: 23 de outubro de 2012

Linha: 509J/10 – Zona Sul/Centro – Jardim Selma – Terminal Princesa Isabel. O dia amanheceu com forte chuva e rajadas de ventos. Se para chegar ao trabalho ou a outro destino em dias normais, onde o trânsito está sempre congestionado, apopulação que faz uso do seu veículo para se deslocar tem sua paciência testada a todo instante, o que dizer de quem depende do transporte coletivo para chegar ao seu destino, num dia como esse? Mesmo antes de chegarmos ao terminal de ônibus, por volta das 8 horas, foi possível observar uma guerra de guarda-chuvas conduzidos por gente com muita pressa, olhando para o chão, evitando poças de água. Enquanto isso, outras se amontoam sob a marquise para se proteger da chuva. Muitas delas formam uma grande fila e aguardam a chegada do ônibus. Ao mesmo tempo,

outro amontoado de gente se junta próximo do início da fila. Os que estão enfileirados reclamam dos que estão fora fila.

— *Esse pessoal sempre faz isso, não respeita ninguém, nem adianta reclamar*, diz um rapaz que está no final da fila.

— *E se falar alguma coisa pra elas só vai arranjar confusão, é melhor ficar quieto*, argumenta uma senhora que também está na fila, na sua frente.

Não há um consenso, pessoas tentam formar novas filas, outras resolvem sacudir seus guarda-chuvas sem observar que estão molhando quem está próximo. Posicionamo-nos no fim da fila, aguardando a possibilidade de embarcar sem atropelo. Nossa intenção é fazer o itinerário sentido centro-bairro, já que trajeto passa por avenidas importantes, como Nove de Julho, República do Líbano, Moema, Washington Luiz e Interlagos, onde existem inúmeras empresas estabelecidas e o número de usuários do transporte que se locomovem para essa região é grande. Os ônibus estão atrasados e o número de pessoas nas paradas de linha continua aumentando. Depois da chegada e da saída de três veículos superlotados, conseguimos embarcar no que veio em seguida. Ficamos próximos de um dos monitores observando quem estava de olho na tela.

Uma jovem tenta avançar pelo corredor, mas tropeça e seus livros se espalham. Um rapaz pede licença para as demais pessoas e começa a juntar e pegar os livros, outro faz o mesmo. Eles entregam os livros para a jovem que logo agradece, meio sem graça pelo tropeço que acaba de sofrer, e quase vai ao chão todo molhado. O trânsito está praticamente parado, um grande congestionamento toma conta das avenidas. Dois pontos depois, uma jovem entra e faz um sinal sorrindo para a que havia tropeçado, observa que o ônibus está muito cheio, mas quer se aproximar e passa pelo corredor com dificuldade, até ficar ao lado dela. Cumprimenta a outra com um "*oi*" e pergunta para a jovem dos livros:

— *Você conseguiu estudar tudo que vai cair na prova de hoje*?

— *Só consegui ler pouca coisa, vou tentar estudar um pouco no horário do almoço. Comecei meu dia toda atrapalhada, quase fui ao chão agora há pouco, meus livros caíram espalhados nesse chão sujo, só vou saber se algum está estragado quando descer*, respondeu enquanto direcionava seu olhar para os livros que segurava com um dos braços.

A partir daí a conversação entre as duas foi sobre a prova que iriam enfrentar. A maioria dos passageiros está em silêncio. Tão logo começa a ser exibido o conteúdo da novela *Salve Jorge*

— (da autora Glória Perez, exibida de 22/10/2012 a 17/05/2013, narra a história de Morena (Nanda Costa), uma garota que nasceu no Complexo do Alemão e se envolve com oficial da cavalaria do Exército, Théo (Rodrigo Lombardi). Com problemas financeiros na família, a jovem desiste do seu amor e aceita um convite para trabalhar fora do País, mas quando descobre que foi vítima de tráfico humano começa a lutar para desmacarar a quadrilha da vilã Livia (Cláudia Raia), se unindo à delegada Heloísa (Giovanna Antonelli) —, cinco pessoas direcionam olhares para tela. Uma jovem desvia seu olhar e inicia conversações com um rapaz ao seu lado.

— *Essa aí que começou agora, acho que não vai emplacar, assisti o primeiro capitulo e achei sem graça*.

O jovem que parece ser amigo dela argumenta:

— *Vocês mulheres adoram homem de farda e lá tá cheio de galã do exército, você não viu?*

— *Vi, mas não estou muito entusiasmada para acompanhar a história*, responde a jovem.

Uma senhora que estava prestando atenção na conversa dos jovens, pergunta para a outra que está ao lado:

— *Você está gostando dessa novela nova*?

De imediato a mulher recebe a resposta e também uma pergunta.

— *É muito cedo para dizer alguma coisa, ainda estou com Avenida Brasil na cabeça, essa sim, foi muito boa, você não achou?*, diz direcionando o olhar para a senhora que iniciou a conversação.

— *Eu também gostei, vai ser difícil aparecer outra igual. Foi muito divertida, tinha briga quase todo dia e a vingança de Nina parecia coisa de doido. Também gostei que o Tufão ficou com a cabeleireira, ele foi muito corneado por Carminha*, responde a senhora dando uma gargalhada que contagia quem está próximo e todos dão risadas.

Algumas pessoas começam a prestar atenção na conversação e fazem comentários em voz baixa para quem está ao lado, quando um senhor que, até então, está só observando, acrescenta:

— N*unca vi um corno tão manso e cego como o Tufão, e o pior é que ele era corno dentro da própria casa. Pra completar, ainda sustentava o amante da mulher, eu hein*!

O comentário provoca muitas risadas, mesmo de quem não está participando da conversa. No intuito de compartilhar sobre o assunto, nos aproximamos mais um pouco e perguntamos para o grupo, quem teria sido a mais malvada, Carminha ou Rita/Nina?

— *Eu não sei quem foi a mais malvada. No começo tive muita pena de Rita que virou Nina, chorei com a morte de "Tony Ramos", pai da Rita, e comecei a odiar Carminha e Max. A maldade da Nina foi só pra Carminha, mas ela envolveu muita gente pra se vingar da madrasta,* responde a senhora que iniciou toda a conversação.

A outra mulher ao lado resume sua opinião em duas frases:

— *Carminha foi um monstro a novela inteira. Já a Nina virou malvada bem depois.*

O senhor que provocou risadas chamou mais uma vez atenção dizendo:

— *Não sei quem foi pior nessa história. As duas eram espíritos de porcos. Carminha foi uma safada o tempo todo e Nina também passou quase toda historia se passando por boa moça na casa do Tufão.*

O rapaz que havia dito que "toda mulher adora homem de farda", antes de se aproximar da porta de desembarque, junto com a jovem, finaliza sua participação na conversação dizendo:

— *Minha mãe era fã de Tufão, odiava Carminha e amava Nina. Eugostava de ver a periguete Suellen armando todas para os caras e eles pagando o maior mico pra fica com ela*.

Continua chovendo, o desembarque e o embarque das pessoas viram uma aventura com o corredor do ônibus encharcado pela água trazida por capas e guarda-chuvas dos passageiros que embarcam, enquanto outros que continuam aglomeradas no corredor tentam de todo jeito desviar dos objetos molhados. As duas senhoras estão sentadas lado a lado e continuam conversando sobre as personagens da novela, pontuando o final de algumas. Uma delas comenta:

— *Fiquei com dó da Ivana, ela merecia coisa melhor do que aquele Silas. Ela passou a novela toda sendo enganada pelo gigolô do Max e no final ganhar o Silas de presente, deu dó mesmo. Gostei de Leleco e Muricy terminarem juntos.*

Fazendo sinal de aprovação do que acaba ouvir, a outra mulher acrescenta:

— *Também acho que ela merecia outro amor, mas não aquele Silas. Também gostei do final de Monalisa e Tufão, só acho que demorou muito para eles ficarem juntos.*

Paralelamente, outras conversações acontecem durante todo trajeto, o foco continua sendo a novela *Avenida Brasil*, dezenas de pessoas desembarcam e menos embarcam até a chegada ao final do trajeto, com o coletivo praticamente vazio, com apenas dois passageiros.

Relato 9: 24 de outubro de2012

Linha: 637A/10 – Zona Sul – Terminal Jardim Ângela – Pinheiros. 7 horas 45 minutos, terminal congestionado de pessoas, ônibus de saída e usuários apressados tentando embarcar. Como sempre, o horário de pico faz muita gente deixar transparecer que só quer achar um jeito de entrar no veículo. Para que isso seja possível, muitas se acotovelam na porta. Enquanto aguardamos o próximo ônibus, observamos que uma conversação foi iniciada quando uma jovem com uma criança nos braços lamenta a falta de educação de alguns passageiros que, na pressa para embarcar, não respeitam os demais, principalmente os idosos e pessoas que conduzem crianças.

— *É sempre a mesma turma, um bando de bicho e ainda olham pra gente de cara feia,* diz enquanto ajeita a criança nos braços.

Uma mulher que está atrás compartilha seu ponto de vista:

— *E olha que tem de tudo, homens e mulheres que parecem que vão tirar a mãe da forca*.

Um rapaz que também está na fila diz que o problema é a falta de ônibus no horário de maior movimento, mas outro ao lado afirma que é um problema de educação também.

— *Educação começa em casa, esse pessoal que age assim aqui também age assim em casa e em qualquer lugar*.

A conversação que gira em torno da falta de educação ganha adeptos, alguns exemplos são citados para fortalecer a teoria de que a falta de educação começa em casa. Uma mulher que está aproxima começa a falar:

— *Na semana passada, minha filha apanhou de uma colega da escola. A coordenadora mandou um bilhete para eu e a mãe da agressora comparecer na escola. E sabe o que aconteceu? Quase que a diretora também apanhava, a mãe da menina começou a gritar feito uma louca dizendo que era um problema da escola e se a filha chegasse em casa machucada a diretora ia se ver com ela. E olha que a vítima foi a minha filha, pode um negócio desse?*

— *E você o que fez?,* pergunta a jovem com criança nos braços.

— *Não fiz nada, mas já comecei a procurar outra escola, no próximo ano minha filha não vai ficar lá. Tenho medo que ela apanhe de novo ou que coisa pior aconteça*.

Enquanto essa conversação acontece num pequeno grupo, outras, paralelas, crescem. Dois ônibus chegam e começa um tumulto para os embarques. Observamos que quem consegue embarcar corre para alcançar um lugar para sentar. O primeiro ônibus sai lotado. Conseguimos embarcar no segundo, junto com a jovem com a criança e alguns usuários que também aguardavam na fila. Algumas pessoas dão continuidade à conversação iniciada ainda na fila de espera, outras buscam lugar para sentar. Aproximamo-nos da jovem que já está sentada. Ela acomoda a criança no colo e as duas dirigem o olhar para o monitor de TV. Não demora e logo percebemos que a jovem desvia o olhar para janela e passa um tempo contemplando a paisagem lá fora, enquanto a criança continua olhando para monitor de TV. A cada novo ponto de ônibus, embarques acontecem e agora a jovem começa a dividir seu olhar, ora para paisagem que corre pela janela, ora para quem entra ou sai do ônibus.

O ônibus segue seu trajeto e três paradas depois, duas mulheres aparentando entre 25 e 30 anos embarcam com mochilas nas costas, parecem ser amigas, já que quando entram no coletivo conversam tranquilamente sobre o final de *Avenida Brasil*. Indiferentes ao que está ocorrendo ao redor delas analisam o final da novela com a propriedade de quem acompanhou tudo desde o início.

— *Logo no primeiro capítulo dava pra ver que Carminha ia fazer muito mal e tive pena de Rita que virou Nina*, diz uma.

— *Mas depois ela ficou muito chata e passou a novela inteira usando uma amiga de infância e até o amante da inimiga pra se vingar de Carminha. Por mim, elas tinham que terminar numa pior, principalmente Carminha. Rita seria abandonada por Jorginho e Carminha passando o resto da vida na prisão, já que ela roubou até o dinheiro que era da igreja*, opina a outra.

Nesse momento as duas dão risadas, assim como alguns passageiros que mesmo não participando da conversação, estão com atenção voltada para o diálogo das duas jovens.

Percebendo agora que estão sendo observadas, começam a conversar em voz baixa. Durante todo o trajeto observamos que — assim como já havíamos feito em outras oportunidades — a maioria das conversações sobre as novelas exibidas tem início a partir do momento em que alguma delas começa a ser exibida nos monitores de TV. E é o que acontece quando tem início a exibição de *Lado a Lado* — (setembro/2012 a 8 de março/2013), novela que narra a

trajetória de vida de duas jovens, no início do século XX. Laura (Marjorie Estiano) que pertence à alta sociedade carioca, e Isabel (Camila Pitanga), filha de ex-escravo, se conhecem no dia dos seus casamentos. Laura se casa com Edgar (Thiago Fragoso), mas o mesmo não acontece com Isabel, que acredita ter sido abandonada pelo noivo, Zé Maria (Lázaro Ramos), que não vai para igreja porque é preso horas antes, por que brigou com grupo de rapazes da sociedade, usando como defesa a dança da capoeira, que era proíbida.

A convesação de três jovens gira em torno das maldades da vilã, a ex-baronesa Constância (Patrícia Pillar) que forçou o casamento da filha Laura para sair da falência, e da beleza de Edgar, seu genro. Uma delas assim que olha para o monitor de TV diz:

— *Essa Constância é uma safada, golpista e falida. Ela forçou o casamento de Laura para subir na vida*, diz uma delas.

— *A Laura e o Edgar formam um casal lindo, espero que no final eles se amem de verdade*, diz outra.

— *Essa é legal, ela mostra que o preconceito contra a gente negra não é de hoje. Gosto do Edgar e da Laura, eles não têm preconceitos. Também quero que terminem juntos*, fala a terceira que logo muda a conversa para falar da beleza do ator.

— *Vocês lembram do acidente que esse ator sofreu no início do ano? Ele caiu quando voava no musical que ele e uma atriz faziam no Rio de Janeiro. Ele é muito bonito, né?*

A jovem que deu início a conversação olha novamente para o monitor de TV, faz um ar de sorriso responde:

— *Eu lembro sim, achei que ele não ia escapar, ele quebrou muitas costelas e ficou um tempão hospitalizado. É gatinho mesmo. Li numa revista que ele é um cara muito simples, conversa com todo mundo, não é fresco como muitos.*

A conversação continua sobre beleza de atores e atrizes, os que são bonitos e simples e os que são esnobes. Outras pessoas conversam, mas não tivemos condições de acompanhar sobre o que conversavam, o ônibus estava superlotado.

Nesse dia observamos que quase uma semana após seu término, *Avenida Brasil* continuava sendo assunto quase que obrigatório nas conversações dentro do ônibus. É algo muito interessante a maneira como cada grupo de pessoas falava sobre trama durante todos esses dias, e como manifestavam suas opiniões sobre final da trama, como interpretavam o caráter dos pensonagens. No nosso entender não resta dúvida que muita gente se identificou em

algum momento com a narrativa e seus personagens. Quanto à conversação das pessoas sobre *Avenida Brasil*, como a das jovens sobre a trama de *Lado a Lado*, nos chamou atenção A leitura que fizeram das personagens vilãs com relação à moral, o desejo de justiça que manifestaram e a paixão pelas narrativas. Concordamos com Martín-Barbero quando afirma que "os espectadores de televisão recebem atualmente mais mensagens televisivas, também variam as formas pelas quais se relacionam com elas, desde as maneiras como as selecionam até os modos como compõem seus ritmos pessoais de recepção televisiva (MARTIN-BARBERO, 2004, p.67). Não é de hoje que o conteúdo televisivo transborda para outras plataformas e a telenovela, que é o produto de maior audiência da televisão, é um dos conteúdos mais consumidos em outras plataformas. Para Martín-Barbero,

> (...) há anos, a televisão já não limita unicamente a produção e circulação de seus produtos, como desde o inicio, estes são projetados com a possibilidade de se conectar a outras atividades do espetáculo e do consumo (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.68).

Relato 10: 25 de outubro de2012

Linha: 702P/10 – Zona Leste/Centro/Oeste – Terminal Penha – Pinheiros. 7 horas e 30 minutos, a cidade amanheceu úmida, com garoa e a temperatura amena, mas o Sol começa a aparecer. No horário de pico, ônibus sai lotado enquanto mais pessoas se aglomeram. Aguardamos a chegada de mais um para tentarmos embarcar. Cinco minutos depois, o ônibus chega. Mesmo enfrentando o empurra-empurra, conseguimos embarcar. Conversações de um pequeno grupo, que haviam sido iniciadas enquanto aguardava o transporte, têm continuidade dentro do ônibus. São homens que questionam o fraco desempenho do time do Santos que, após perder para a Ponte Preta, irá enfrentar o Náutico na Vila Belmiro, em Santos, pelo Campeonato Brasileiro. Um rapaz comenta que o time não tem mais chance deobter uma vaga no campeonato da Taça Libertadores 2013 e que os jogadores parecem não se importar muito. Quatro pontos depois o ônibus para, já existe um congestionamento e norme. Pela janela, um rapaz tenta descobrir o que acontece, mas nada consegue. Enquanto os monitores de TV exibem conteúdo publicitário institucional, observamos alguns jovens lendo livros, enquanto quatro conversam sobre três meninas. Um deles diz que esperou o ano inteiro para chegar até Fernanda e vai fazer de tudo para ficar com ela. Outro manifesta sua opinião e diz:

— *Você levou muito tempo pra chegar nela, mano*.

— *Comigo foi diferente*. *Paula tava namorando outro cara quando eu cheguei nela, mas eu não quis nem saber, cheguei junto até ganhar a parada*, diz um terceiro.

— *Paula e Fernanda são legais, mas a Camila é uma chata metida a patricinha. Nem é tão gata assim, mas se acha*, enfatiza o quarto jovem que, até então, só escutava.

O que conquistou Paula se apressa em expor sua opinião:

— *Esse ano a sala tá cheia de garotas legais, mas desde o primeiro dia de aula, vi que as três eram as mais bonitas da turma. Camila é metida a patricinha, mas não é feia não*.

A conversação continuou, mas agora direcionamos nosso olhar para quem está de olho em um dos monitores de TV. O conteúdo de *Malhação* acaba de ser exibido e, quando começa a novela *Lado a Lado*, conversações atravessadas são iniciadas. Observamos mais uma vez que, quando assunto é novela, conversasações são iníciadas a partir do momento em que uma trama aparece na tela. Isso fica mais uma vez constatado quando duas mulheres começam a interagir sobre *Lado a Lado* e uma delas diz que só assiste aos sábados, porque durante a semana só consegue chegar em casa após as oito horas da noite.

— *Essa novela é linda, fala da escravidão no Brasil e do sofrimento dos negros, das maldades dos ricos daquela época*, argumenta a outra.

Uma jovem negra que está ao lado entra na conversa e questiona:

— *E o que mudou de lá pra cá? Não vejo diferença, a gente continua sendo tratado do mesmo jeito. Preto é preto, branco é branco, pobre é pobre e vai continuar pobre, rico é rico e vai continuar rico, e assim vai. Essa coisa de dizer que o povo brasileiro não tem preconceito é balela.*

— *Eu acho que muita coisa já mudou, não penso como você. E olha que eu também não sou branca*, diz uma das mulheres.

A outra que iniciou as conversações concorda com a opinião de que muito já mudou e de que os tempos são outros:

— *Também acho que muita coisa mudou. A gente não pode ser radical e achar que não tem diferença de lá pra cá. É assim que eu enxergo a vida hoje*.

Em seguida, as duas mulheres se olham e um silêncio se estabelece. Fica a impressão de que elas não pretendem mais alimentar a conversa, por não aprovar o comentário da jovem. O silêncio das mulheres conduz nossa observação para duas jovens que falam sobre a balada do último sábado e dos rapazes com quem ficaram. Uma delas fala que não haverá aula na sexta-feira por causa do segundo turno das eleições para prefeito da cidade, que vai acontecer no domingo, e em seguida pergunta para outra se ela topa sair para um baile *funk*. Começam a

marcar o lugar e horário do encontro para irem juntas. Sentada na poltrona seguinte, uma senhora fala com outra ao lado sobre o seu problema de saúde, das dores no estômago e da dificuldade para marcar uma consulta. A outra aconselha a tomar um medicamento caseiro para ajudá-la até que ela consiga marcar consulta.

— *Para quem tem convênio médico já não tá fácil, imagina pra gente que não tem. Eu não tenho, e nunca espero me consultar pra me cuidar. Me cuido com remédio caseiro. Chá de boldo é muito bom, toma antes de dormir, vai acalmar sua dor,* diz.

— *Faz meses que estou assim, já teve dia de chegar de madrugada para tentar conseguir marcar, mas até agora, nada,* comenta a que se queixou.

A conversação sobre medicamentos caseiros continua e várias receitas com ervas como capim santo, canela, carqueja e mel são ensinadas para a senhora que está doente e não consegue marcar consulta, até que duas descem juntas, pouco antes do ponto final.

As duas jovens que marcaram de se encontrar para irem ao baile *funk* desembarcam juntas. Estamos próximos do ponto final, mais alguns passageiros desembarcam apressados, o congestionamento no trajeto acaba provocando um grande atraso na chegada ao centro da cidade.

Observamos nesse dia conversações diferenciadas e também interessantes, algumas impessoais, como a do grupo que falava de futebol e das senhoras que falavam da novela *Ladoa Lado*, enquanto outras conversações foram muito pessoais, como os jovens que falavam das suas conquistas; das jovens que falavam com quem ficaram, agenda do próximo baile *funk* , além das duas senhoras que falavam sobre problemas de saúde e de remédios caseiros. Enquanto isso alguns passageiros assistiam a programação nos monitores de TV em silêncio e outros mantinham conversas em voz baixa ou curtiam a paisagem pela janela. Caiafa (2007, p.120) diz que "a heterogeneidade pode produzir efeitos interessantes, dispersando as recorrências do familiar, provocando encontros, introduzindo o imprevisível na vida dos habitantes da cidade, fazendo experimentar, evitando a repetição rotineira". O transporte coletivo é um espaço público que nos oferece oportunidade de experimentar.

> Existe toda uma criatividade nesse modo de vida que pode favorecer uma singularização, introduzindo variação nos processos subjetivos. Há uma positividade na experimentação urbana dos riscos e encontros. Vimos como Mumford também indica e destaca a importância desses processos ("encontros", "desafios", "transações", "interações") para o que ele denomina desenvolvimento das civilizações (CAIAFA, 2007, p.120).

Relato 11: 26 de outubro de 2012

Linha: 3063/10 – Zona Leste – Guaianazes – São Mateus. Diferentemente dos dias anteriores, o Sol já marca presença no início da manhã. São 7 horas e trinta minutos e muita gente aguarda a chegada do ônibus. Dois homens e uma mulher estão afastados da aglomeração e, enquanto conversam, também fumam. Uma jovem fala ao celular e dois garotos observam atentamente um homem bêbado que tenta se equilibrar junto a um poste. Um ônibus chega; passageiros desembarcam, enquanto outros embarcam. Com a impossibilidade de embarcar, aguardamos o próximo coletivo. Mais usuários vão chegando, nova aglomeração vai se formando. Um rapaz olha apreensivo para o relógio, passa a mão na cabeça e, em seguida, tira o celular do bolso da calça, faz uma ligação, inicia uma conversa em voz baixa e logo desliga.

Uma jovem chega sorridente, aproxima-se de outra que está lendo uma revista e pergunta se faz tempo que ela chegou. A que está segurando a revista reponde que está há 20 minutos esperando pelo transporte, volta os olhos para a publicação e aponta para uma reportagem. Em seguida, diz que vai pedir para a mãe copiar o modelo. Parecem amigas, pois a conversação gira em torno dos gostos de roupas e acessórios que elas curtem e trocam empréstimos. Uma diz que os brincos que a outra emprestou caíram bem com o conjunto que ela usou no último fim de semana.

A conversa continua, elas compartilham seus gostos pelas bermudas, camisetas, brincos, colares... O ônibus chega, muita gente consegue embarcar, inclusive elas, enquanto outras se acotovelam para fazer o mesmo, mas não conseguem. Impacientes, algumas pessoas começam a andar de um lado para o outro, olhando sempre para a direção em que o ônibus vem. Um rapaz mais exaltado diz para outro, que está próximo, que a sexta-feira é o pior dia para ele, já que fica impedido de usar o seu carro por causa do rodízio de placa — o rodízio municipal de veículos existente na cidade tem porobjetivo diminuir o tráfego e melhorar a qualidade do ar nos horários de maior movimento, a cidade tem restrições à circulação de veículos de segunda à sexta, das 7h às 10 horas e das 17 às 20 horas, determinado pelo último número da placa[51]. Uma garota com mochila nas costas, aparentando ter entre 10 a 12 anos, chega esbaforida, junta-se às demais pessoas e, enquanto aguarda a chegada do ônibus, começa a jogar no celular.

[51]www.cetsp.com.br/consultas/rodizio-municipal/. Acesso em 26.10.2012

Depois de mais ou menos 15 minutos, chega mais um ônibus e um novo empurra-empurra tem início, todos querendo embarcar. Depois de presenciar acontecimentos semelhantes por mais duas vezes, conseguimos embarcar e observamos que os monitores de TV estão desligados. Sem condições de nos movimentar pelo corredor do ônibus, permanecemos por mais de 20 minutos bem próximo do cobrador sem conseguir tirar os pés do lugar. O fato de encontrar os monitores desligados nos chama a atenção e resolvemos perguntar para o cobrador por quê. Ele não sabe informar, apenas diz que o ônibus já saiu da garagem com os aparelhos desligados e que muita gente já havia reclamado durante as viagens anteriores, nas primeiras horas da manhã.

Alguns minutos se passam até que um barulho estridente assusta todos os passageiros que logo dirigem seus olhares para frente do ônibus; o ônibus para e, pelas janelas, os mais curiosos tentam descobrir o que aconteceu. Logo ficamos sabendo que um carro acaba de atropelar um motoqueiro e arremessá-lo para longe. Um congestionamento maior tem início, vários motoristas ao lado começam a buzinar. Passageiros começam a conversar sobre acidentes com motos. Outros começam a reclamar, alguns olham para o relógio. Uma senhora sentada ao lado do cobrador lamenta o fato de os aparelhos de TVs estarem desligados. O cobrador olha para ela diz:

— *Acho que tá tudo quebrado. Quando tá assim, a gente sente falta. Isso aí distrai muito na viagem, né*?

A senhora balança a cabeça como que ratificando o que acabara de ouvir e acrescenta:

— *Eu gosto de ficar olhando, pelo menos não vejo o tempo passar.*

Aproveitamos para perguntar o que ela gosta mais de assistir enquanto viaja.

— *Gosto de tudo, só não gosto mais por que tem muito anúncio.*

Sentindo a existência de abertura para interações, lançamos outra pergunta: a senhora consegue compreender o resumo das novelas como elas aparecem aqui, com legenda e sem som?

— *Quando tô mais perto, consigo ler. De longe, não. As letras são pequenas e passa ligeiro. Vejo melhor na minha casa, mas fico sempre indo e voltando, da sala pra cozinha, da cozinha pra sala, para fazer o almoço da família do dia seguinte e também o meu, que trago pronto. Sem falar que também tem os filhos que nunca encontram nada e estão sempre perguntando*

por qualquer coisa. Assisto aqui, mesmo sendo muito rápido, é só um resuminho, né? Quando estou perto da TV, eu consigo ver e compreender o que está passando sim.

O cobrador que, até então, só observava, resolve entrar na conversação e compartilha:

— *Tem dia que o pessoal passa a viagem toda falando de novela, parece um bando de maluco. Tem um pessoal que manja muito de novela e sempre chega contando novidades que tá na revista, na internet, nessas coisas.*

Nesse momento, dois bombeiros em motos passam apressados para atender o motoqueiro acidentado. O resgate de ambulância chega minutos depois. Não demora e o trânsito começa a fluir. Nossa conversação chega ao fim quando o ônibus volta a se movimentar, após o rapaz ser retirado do corredor exclusivo para ônibus, para onde havia sido arremessado. Deixamos para trás os responsáveis pelo tráfego de carros e os policiais que atendem à ocorrência. Conversações paralelas continuam acontecendo e giram em torno de ocorrências no trânsito, mas vão sendo esvaziadas na medida em que o número de passageiros vai diminuindo, até chegar ao ponto final do trajeto.

Nesse dia percebemos que o fato dos monitores não estarem funcionando não agradou algumas pessoas, que buscavam respostas com o cobrador. Mas o assunto que permaneceu em evidência, assim que os passageiros tomaram conhecimento do atropelamento, por quase todo trajeto estava ligado aos acidentes no trânsito da cidade, principalmente aqueles que envolvem motos. "No cotidiano, a objetivação que se verifica é a que permite ao homem fazer do mundo o seu meio ambiente" (MOTTER, 2003, p. 27). As histórias narradas pelos passageiros sobre acidente no transito e todo contexto que vivenciamos a partir do momento em que chegamos na parada de ônibus, no nosso entender, são uma reprodução da complexidade e dos imprevistos que todos nós, que moramos numa metrópole como São Paulo, temos deenfrentar diariamente. Motter diz que,

> A vida cotidiana é o conjunto de atividades que caracteriza a reprodução dos homens singulares que, por seu turno, criam a possibilidade da reprodução social, ou seja, o indivíduo se reproduz enquanto indivíduo e reproduz o complexo social. Aprender a reproduzir relações sociais é atividade cotidiana do homem e instrumento indispensável à sua sobrevivência (MOTTER, 2003, p. 27).

Com o término desta primeira etapa do nosso trabalho de campo — que tinha como objetivo inicial fazer uma sistemática observação etnográfica, olhando e acompanhando as conversações dos passageiros fora e dentro dos ônibus, bem como o que as cercava —

passamos, em seguida, a compartilhar e interagir nas conversações, principalmente, naquelas que diziam respeito às telenovelas.

Partindo deste ponto, buscamos, por meio de entrevistas individuais com alguns destes atores sociais, identificar através de suas falas as leituras que fazem, não só do ambiente onde a telenovela é exibida com narrativa transmídia (na plataforma ônibus), mas também os sentidos que cada um manifesta sobre a telenovela, conforme apresentaremos no próximo tópico.

5.3 – Acercamento Individual: as Entrevistas

Nosso segundo passo no trabalho de campo foi tentar "compreender" (BOURDIEU, 1998), por meio da relação comunicativa que se estabelece na entrevista, os sentidos que os atores sociais dão para telenovela. Para alcançamos a relevância de "compreender" o que seria dito verbalmente e não verbalmente, recorremos às considerações que faz Bourdieu (idem, p.603) sobre condutas e estratégias necessárias em uma pesquisa de campo, que reputamos fundamentais, entre as quais, respeitar e ficar atento às sutilezas plurais que os atores sociais desenvolvem ao se estabelecer uma interação de pesquisa. Assim, tentamos nos situar "em pensamento no lugar que o pesquisado ocupa no espaço social (...)", como sugere autor:

> É dar-se uma compreensão genérica e genética do que ele é, fundada no domínio (teórico ou prático) das condições sociais das quais ele é o produto: domínio das condições de existência e dos mecanismos sociais cujos efeitos são exercidos sobre o conjunto da categoria da qual ele faz parte (...) e domínio dos condicionamentos inseparavelmente psíquicos e sociais associados à sua posição e à sua trajetória particulares no espaço social. Contra a velha distinção diltheyana, é preciso ser dito que *compreender e explicar são a mesma coisa* (BOURDIEU, 1998, p. 699-700)

Tendo em mente diversos fatores que devem nortear a relação entre pesquisador e pesquisado. Nos comunicamos e interagimos de forma agradável, procurando evitar, ao máximo, a "violência simbólica" (quando se induz o pesquisado a se posicionar no espaço social seguindo padrões de discursos dominantes), definida por Bourdieu (idem, p.695) como um fator negativo dentro da pesquisa de campo.

Do mesmo modo, para diminuir o número de recusas para as entrevistas, já que não éramos usuários assíduos das linhas de ônibus que fazem trajetos cruzando a cidade de norte a sul e de leste a oeste — evitando que fossemos vistos como estranhos no "*pedaço*" — investimos na realização de reiteradas viagens em determinadas linhas de ônibus sempre nos mesmos horários. Essa estratégia possibilitou nossa aproximação e a conversação com vários passageiros, que traduzimos em entrevistas individuais feitas com base em um roteiro comum.

As entrevistas foram realizadas no mês de janeiro de 2013, com 10 usuários que fazem trajetos mais longos até chegarem aos seus destinos, para que fossem concluídas ainda durante a viagem de cada um. As perguntas elaboradas foram às mesmas para todas as pessoas entrevistadas. Das cinco perguntas feitas, quatro solicitaram justificativas (por quê?) de cada resposta dada, para evitar que as mesmas fossem respondidas de forma evasiva ou com frases feitas. Isso nos permitiu conhecer opiniões diferenciadas sobre uma mesma

questão, o que nos deu condições deconhecer como elas recepcionam e interpretam os enredos apresentados pelas telenovelas, dentro e fora de casa, conforme apresentamos a seguir.

Antes de transcrevermos as falas dos entrevistados, seguidas de nossa análise, esclarecemos que as entrevistas foram realizadas dentro do ônibus no decorrer das viagens que realizamos juntos. As verbalizações expostas por cada respondente foram transcritas tal como foram expressas, assim como também foram preservadas as características da linguagem oral e coloquial. Salientamos, ainda, que os nomes dos entrevistados foram abreviados, constando apenas as iniciais do nome e do sobrenome.

Entrevistado 1: Nome: C.O. Idade: 42 anos - Estado Civil: casada - Grau de escolaridade: Técnico de enfermagem - Profissão: Técnica em enfermagem.
Linha: 5391/10 – Zona Sul – Terminal Jardim Ângela – Largo de São Francisco

01 - Você costuma conversar enquanto viaja de ônibus ou prefere o silêncio? Por quê?

R - Não costumo conversar com qualquer pessoa. Conheço muita gente que pega o ônibus no mesmo horário, aí termina a gente dando bom dia e essas coisas. As poucas vezes que cheguei a falar alguma coisa para alguémfoi pra reclamar de alguma atitude ou coisa assim.

02- Qual a sua opinião sobre essas telas instaladas dentro do ônibus?

R – Gosto porque distrai. Antes eu ficava com olho na TV e também no trânsito com medo de perder o ponto para descer. Agora já me acostumei, sei até a hora que vai entrar os programas que gosto. Sou viciada em televisão, quando estou em casa, ela está sempre ligada, fico fazendo minhas coisas e dando uma olhadinha no que tá passando. Quando termino as tarefas, corro com meu pratinho pra comer assistindo televisão, não importa a hora nem o que está passando, vou mudando de canal até encontrar algo que gosto.

03- Que programa gosta assistir, enquanto está dentro do ônibus? Por quê?

R – Gosto mais das novelas, mas não de todas. Tem novela que faço questão de prestar atenção, têm outras que não ligo. Gosto de Lado a Lado e Guerra dos Sexos. Não gosto de Salve Jorge. Assisto mais aqui do que em casa, porque não posso mudar de canal. Só que aqui tudo é muito curto, num piscar de olho e a novela termina, começa outra coisa. É muito rápido, só uma pincelada, mas dá para entender. É o único tempo que resta já que estudo à

noite, fazendo um curso de especialização, então o jeito é assistir aqui. Também acompanho pela internet, tem muita coisa que fico sabendo antes de aparecer na TV daqui.

04- Quais novelas chamam sua atenção enquanto você viaja dentro do ônibus? Por quê?

R – Às vezes aparece alguém falando, aproveito para ficar prestando atenção, mas não entro na conversa. São poucas vezes que entro na conversa, poucas vezes mesmo. Lembro que conversei algumas vezes quando estava passando aquela dos cangaceiros. Adorei a história, aquelas coisas de rei e rainha e o Lampião, o coronel, tudo misturado, parecia história de faz de conta. Agora, Avenida Brasil, pra mim, foi a melhor de todas até agora. Carminha era o cão chupando manga, mas a Nina não era boa coisa também. Eu tive muita raiva do marido da Carminha, o Tufão. Ele era um babaca que não via nada. Uma vez quase arranjei confusão aqui mesmo dentro do ônibus com uma moça que defendeu Carminha, dizendo que ela só era ruim porque sofreu muito na vida. Não segurei a língua e perguntei: já pensou se todo mundo que sofresse agisse como Carminha? Muita gente caiu na risada e ela não gostou, começou a falar alto, querendo arrumar confusão, muita gente me deu razão e um cara mandou ela calar a boca.

05- Você acha que a novela brasileira mostra a realidade? Por quê?

R- Eu acho que tem sim. A vida está cheia de Carminha, Ninas, Tufão, Leleco, Suellen e de muita gente daquela novela. Carminha era muito do mal e tem muita gente que é igualzinha a ela. Novela tem dessas coisas, mostra como as pessoas são de verdade. Essa novela Avenida Brasil foi muito legal, deixou saudade. Adorava os barracos. Ali não tinha ninguém santinho como nas outras novelas, todo mundo armava barraco, falava o que queria, assim como a gente. Mas não gostei muito do final, Carminha ficou presa pouco tempo e ainda foi perdoada depois de fazer tanto mal. Mas isso também é a cara do Brasil. Os sites estão cheios de Suellen da vida real, querendo ser celebridade a qualquer preço.

Entrevistado 2: Nome: M.C.L. Idade: 40 anos - Estado Civil: separada - Grau de escolaridade: 2º grau incompleto - Profissão: Vendedora em loja/varejo.

Linha: 5391/10 – Zona Sul – Terminal Ângela – Largo de São Francisco

01 - Você costuma conversar enquanto viaja de ônibus ou prefere o silêncio? Por quê?

R- Eu gosto de conversar, conheço muita gente que pega o mesmo ônibus, no mesmo horário. Tenho alguns amigos que conheci dentro do ônibus e já até namorei um rapaz que conheci aqui. Mesmo sem querer, a gente acaba conhecendo muita gente dentro de ônibus.

02- Qual a sua opinião sobre essas telas instaladas dentro do ônibus?

R- A tela é muito pequena, às vezes fico olhando paraa imagem quando o ônibus não tá muito lotado. As letras são pequenas. Quando consigo viajar sentada, fico mais tranquila e aproveito para olhar. Não é fácil ficar muito tempo viajando em pé e no aperto que só Deus pode salvar. É duro, viu!

03- Que programa gosta de assistir enquanto está dentro do ônibus? Por quê?

R- Não tenho preferência e aqui a gente não pode ter. Não tem controle remoto para mudar de canal, aí a gente tem que engolir. Tem muito anúncio e enche o saco. Aí tem também o ônibus sempre lotado, é muito ruim e a gente não consegue nem respirar direito.

04-Novelas chamam sua atenção enquanto você viaja dentro do ônibus? Por quê?

R- Graças a Deus, eu vejo minhas novelas na minha casa. Como eu já disse, aqui a gente não tem espaço nem para ficar em pé, o pessoal fica atropelando o que encontra na frente. Tem dia que fico nervosa e também dou meu chega pra lá também.

05- Você acha que a novela brasileira mostra a realidade? Por quê?

R- Nem todas, né? A que mais parece com a gente mesmo é a que passa depois do Jornal Nacional. Já passei por mazela que depois vi na novela. Meu marido me traiu com uma amiga, passei a mesma situação que vi em Por Amor. Só que não engoli como a Regina Duarte, eu dei uns tabefes na dita cuja e joguei meu marido pra fora de casa. Essa novela foi muito parecida com minha vida. A novela da noite é muito real e mostra que existe muita gente ruim nesse mundo. Outra novela que mostrou bem a cara do Brasil e também ensinou muito foi Lado a Lado. Eu e meu filho de 14 anos aprendemos muito sobre a história do Brasil com ela. A gente não sabia que futebol era coisa só dos brancos e ricos quando chegou aqui no Brasil. A gente também não sabia que as primeiras favelas começaram no Rio de Janeiro e que os escravos moravam nelas. Hoje tudo é diferente. Foi pobre é favelado, negro ou não. E os melhores jogadores do Brasil são negros.

Entrevistado 3: Nome: O.M.S. Idade: 38 anos - Estado Civil: casada - Grau de escolaridade: Técnico de Mecânica - Profissão: Metalúrgica
Linha: 702P/10 – Zona Leste/Centro/Oeste – Terminal Penha – Pinheiros.

01 - Você costuma conversar enquanto viaja de ônibus ou prefere o silêncio? Por quê?

R- Dentro do ônibus ainda dá pra conversar. Mas depende do tipo de conversa. Já cheguei a fingir que estava dormindo só para não ter que falar sobre uma coisa que não me interessava. Também não é muito bom conversar com quem a gente não conhece, a gente corre muito risco, pode ser uma boa e também pode ser uma pessoa ruim. A gente nunca sabe, tem que ficar atento.

02- Qual a sua opinião sobre essas telas instaladas dentro do ônibus?

R- Acho bacana e gosto muito de ver as novelas e Ana Maria Braga. Nem todo dia é possível, tem dia que o sufoco é grande. Se tivesse mais ônibus, se a gente conseguisse viajar sentado, seria melhor. Aqui não é assim, tem muita gente mal educada que anda como trator dentro do ônibus, pisa no pé da gente e nem pede desculpa, te empurra e não tá aí, é assim todo dia.

03- Que programa gosta de assistir enquanto está dentro do ônibus? Por quê?

R- Gosto de tudo. Ajuda a passar o tempo e a gente esquece dos problemas de casa e do trabalho, só lembra depois. Tem dia que saio de casa de cabeça quente, aí chego aqui termino e consigo ver a TV. Fico tão envolvida que esqueço e a raiva vai embora.

04-Novelas chamam sua atenção enquanto você viaja dentro do ônibus? Por quê?

R- Vi Fina Estampa, Avenida Brasil, Lado a Lado. Vi aqui e na minha casa. Também vi Cordel Encantado. Êta, novela linda, parecia cinema... Vejo todas que passam aqui. Na minha casa só vejo a das oito, tenho que cuidar da casa e de dois filhos pequenos e deixar tudo pronto antes de dormir. Até o lanche dos filhos eu deixo pronto. O tempo é pouco pra fazer muita coisa, meu marido ajuda muito, mas tem coisa que ele acha que só eu sei fazer.

05- Você acha que a novela brasileira mostra a realidade? Por quê?

R- Acho que mostra muita coisa que acontece na vida da gente. Gosto muito das histórias com assunto que cria polêmica, que mostra situação do dia a dia da vida gente. Lembro de uma novela que me deixou sem dormir, passei a noite pensando na maldade. Foi Fina Estampa. Aquela Cristina era o demônio em pessoa, matava, matava e ninguém conseguia descobrir. Avenida Brasil também mostrou muito da vida. Carminha fingia ser uma boa esposa, mas era uma raposa, falsa, maltratava a filha, traia e roubava o marido pra encher o bolso do amante, Max. A Suellen era uma igualzinha às periguetes espalhadas por aí, só querem dar o golpe da barriga e ficar famosa. A gente tem um monte de Suellen querendo se dá bem na vida, principalmente com jogador de futebol.

<u>Entrevistado 4</u>: Nome: R.G.S. Idade: 43 anos - Estado Civil: solteira - Grau de escolaridade: Segundo grau completo - Profissão: Auxiliar de administração

Linha: 2501/10 – Zona Leste/Centro – Ermelino Matarazzo – Terminal Parque D. Pedro II.

01 - Você costuma conversar enquanto viaja de ônibus ou prefere o silêncio? Por quê?

R- Conheço quase todo mundo que pega o mesmo ônibus todo dia, aí termina a gente conversando com alguns. Mas não é com todo mundo que a gente faz amizade. Quando é pessoa estranha, evito.

02- Qual a sua opinião sobre essas telas instaladas dentro do ônibus?

R- É legal, tem muita gente que fica vendo o tempo todo e quando vai descer sai empurrando o que encontra na frente. Já vi confusão por causa disso. Uma vez uma mulher chamou outra para resolver a confusão fora do ônibus. E quer saber, muita gente ficou torcendo pra elas descerem e brigarem lá fora. Foi uma baixaria, a gente riu muito também.

03- Que programa gosta de assistir enquanto está dentro do ônibus? Por quê?

R- Pra falar a verdade, gosto de algumas novelas e do Fantástico. Como já falei, converso com poucas pessoas, mas quando consigo assistir aqui, prefiro ficar calada, prestando atenção. Você não tem ideia do sofrimento detodo mundo nessa linha de ônibus, agente esbarra com todo tipo de gente. Sem falar quando trânsito emperra e a gente tem que aguentartodomundo reclamando ao mesmo tempo.

04-Novelas chamam sua atenção enquanto você viaja dentro do ônibus? Por quê?

R- Amei de paixão Avenida Brasil. Vi aqui e vi também em casa. Foi a que mais assisti aqui e também conversei com muita gente sobre ela. Que novela, hein... Agora, essa tal Salve Jorge é muito chata, a gente nunca sabe direito o que tá acontecendo e é muito mentirosa. Imagina se um capitão vai se engraçar com uma favelada como aconteceu na novela... Um homem fino daquele, não vai nunca. Sem falar que a gente nunca entende o que tá acontecendo, uma hora aparece a favela, depois aquele país, depois a favela de novo. Deixei de assistir até em casa. Essa novela é uma bagunça. Ninguém na minha casa gosta e eu, então... Quando tá passando aqui (no ônibus) também não ligo.

05- Você acha que a novela brasileira mostra a realidade? Por quê?

R- Eu acho sim. Tem novela que ajuda a gente a ver as coisas de outra maneira. Aquela novela Insensato Coração mostrou o retrato da família da minha vizinha. Ela sempre brigava quando alguém maltratava um gay, mas quando descobriu que o filho também era gay entrou

em parafuso e ficou um tempo sem querer conversa com ninguém. Hoje, o filho visita a casa dela com o marido e ela parece que entendeu que a gente não pode mudar a vida de ninguém. A novela mostrou que vale mais é o caráter da pessoa. Eu e outra vizinha conversamos muito sobre isso quando a novela tava passando. Nenhuma mãe quer que o filho seja gay, mas se for, não pode deixar de amar por isso, né?

Entrevistado 5: Nome: A.M.S. Idade: 52 anos - Estado Civil: casada - Grau de escolaridade: primeiro grau incompleto - Profissão: Diarista
Linha: 211V/10 – Zona Leste/Centro – Vila Paranaguá – Estação Luz

01 - Você costuma conversar enquanto viaja de ônibus ou prefere o silêncio? Por quê?

R- Só converso com gente que já conheço, não dá para falar com qualquer um. É difícil, a gente não pode confiar em todo mundo. Já vi muito assalto dentro de ônibus e tem muita gente que aproveita o aperto para roubar. Tem também muito homem cretino que se aproveita do aperto para ficar se esfregando na gente.

02- Qual a sua opinião sobre essas telas instaladas dentro do ônibus?

R- Sempre vejo pessoas olhando e conversando sobre as coisas que aparecem na TV. Como jádissea gente não pode vacilar, tem que ficar com 'um olho no padre e o outro na missa'. Tenho muito medo de me distrair prestando atenção na televisão. O ônibus tá sempre lotado, ninguém respeita ninguém e a gente nunca sabe quem a criatura que tádo lado. Pode ser uma gente boa e pode não ser, né?

03- Que programa gosta de assistir enquanto está dentro do ônibus? Por quê?

R - Às vezes aparecem notícias legais que presto atenção. Algumas vezes vejo as novelas também, mas os aparelhos daqui são pequenos e a gente precisa ficar perto para ler as letrinhas que passam muito depressa, contando tudo.

04- Novelas chamam sua atenção enquanto você viaja dentro do ônibus? Por quê?

R- *Algumas já me chamaram a atenção. Fina Estampa, foi muito engraçada porque tinha o Clô; Cordel Encantado, com a história do príncipe e da princesa; Cheias de Chames, aquela das empreguetes, e Avenida Brasil, que foi ótima.*

05- Você acha que a novela brasileira mostra nossa realidade? Por quê?

R- *Tem novela que passa tanta coisa que acontece de verdade na vida gente que assusta. E também mostra de tudo, coisa boa e coisa ruim. Não existe ninguém que seja só bom, todo mundo tem o lado bom e também o ruim. O Brasil tá cheio de gente boa e também de picaretas. Tem muita gente que fala que novela só mostra sexo, traição e maldade, né? Eu não acho. Ela mostra a realidade da vida, mostra que o Brasil ainda é muito preconceituoso, que o pobre precisa lutar muito para superar as dificuldades, que o negro e nordestino é muito discriminado, que é um País que vive muito de aparência. Mostra que tem gente safada em todo lugar, mostra que o Brasil tá cheio de 'neguinho' vestido de cordeiro, mas é um verdadeiro lobo, como diz a Bíblia. Também ensina muito, ensina a gente a lutar contra tudoisso e vencer sem ter que matar ou humilhar ninguém.*

Entrevistado 6: Nome: M.S.C. Idade: 32 anos - Estado Civil: solteira - Grau de escolaridade: superior incompleto - Profissão: Bancária
Linha: 3063/10 – Zona Leste – Guaianazes – São Mateus

01 - Você costuma conversar enquanto viaja de ônibus ou prefere o silêncio? Por quê?

R – *Gosto de conversar com pessoas que já conheço, mas não posso negar que muitas vezes converso com alguns desconhecidos, quando acontece algo diferente dentro do ônibus. Tenho amigos que conheci em algumas viagens de ônibus, pelo fato de pegar o transporte todos os dias e no mesmo horário. Queira ou não, a gente termina convivendo com as pessoas quando os ritmos de vida se cruzam no caminho para o trabalho ou na volta dele. Acho que isso acontece com muita gente, é o ritual de vidas que se cruzam.*

02- Qual a sua opinião sobre essas telas instaladas dentro do ônibus?

R- *Isso é um dos motivos pelo qual já participei e de algumas conversas com gente que não conhecia. Quando alguém puxa conversa sobre algo que aparece na tela, não dá para ignorar, aí termina se falando de outros assuntos, também. É bom, distrai e ajuda a chegar ao trabalho sem muito estresse. Também a esquecer que estamos sendo conduzidos como sardinha em lata.*

03- Que programa gosta de assistir enquanto está dentro do ônibus? Por quê?

R- *Gosto de assistir notícias que de alguma forma me interessam, principalmente aquelas que trazem boas informações. Já percebi que eles selecionam a notícias que aparecem aqui, nunca vi notícia mostrando violência. Isso é bom, né? Já pensou você viajar assistindo*

notícia de assalto ou de assassinato, como aparece nos telejornais? Isso deixaria qualquer pessoa de bem angustiada, não acha? Gosto de assistir resumo de novela, também.

04- Novelas chamam sua atenção enquanto você viaja dentro do ônibus? Por quê?

R- *Algumas, sim. Tem novela com histórias que chamam nossa atenção até pela localização onde ela se passa. Caminho das Índias, por exemplo, foi uma novela que apresentou uma cultura muito diferente da nossa. Foi interessante conhecer aquele mundo de casamentos arranjados, de casamentos que duram dias, aquela separação da sociedade com as castas, a questão dos individuos que não podiam ser tocados. Essa novela, além de assistir em casa, também vi aqui. Outra que também chamou atenção foi Avenida Brasil. Participei de muitas discussões sempre que ela aparecia.*

05- Você acha que a novela brasileira mostra a realidade? Por quê?

R- *Não vou dizer que são todas, mas tem muitas novelas que retratam muito bem a cara do povo brasileiro. Avenida Brasil foi uma delas. Aquela família do Tufão estava sempre reunida em volta da mesa, todo mundo falava ao mesmo tempo, barraco o tempo todo e todo mundo querendo ser feliz. Aquela doideira todaque foi mostrada tem muito do povo brasileiro. Aquela Carminha se passando por boa mãe de família, mulher honesta e dedicada, tem ao montes por aí. A vingança maluca da Rita chamou muito atenção. A mariachuteira Suellen é o retrato fiel de muitas mulheres que correm atrás dos jogadores. No meio disso tudo, tinha o lado bom de outras pessoas que lutavam com dignidade para ser feliz. Aquela novela tinha um caldeirão de emoções. Mostrou uma realidade muito próxima de todos nós.*

Entrevistado 7: Nome: A.C.S. Idade: 48 anos - Estado Civil: casado - Grau de escolaridade: 2º grau incompleto - Profissão: Vendedor do setor atacadista no Centro de São Paulo
Linha: 737G – Zona Sul – Terminal Guarapiranga – Terminal Santo Amaro

01 - Você costuma conversar enquanto viaja de ônibus ou prefere o silêncio? Por quê?

R – *Não sou chegado a falar com pessoas que não conheço e quer saber por quê? Hoje tá difícil pra qualquer um confiar no outro. Uma vez assisti um cara pedindo informação pra uma moça num ponto de ônibus e antes que ela falasse alguma coisa o cara apontou uma faca pra ela e pediu a bolsa. Ninguém pôde fazer nada, o larapio correu feito um maluco no meio do trânsito. Eu e mais dois rapazes tentamos alcançá-lo, mas ficamos com medo de sermosatropelados e desistimos. O malandro desapareceu no meio dos carros e muita gente*

correu para acudir a moça que ficou passando mal. A violência está espalhada em todos os lugares e o melhor é evitar contato. Por isso, até quando estou dentro do ônibus, evito conversas.

02- Qual a sua opinião sobre essas telas instaladas dentro do ônibus?

R- *Gosto de assistir televisão na minha casa, mas aqui serve como distração e até ajuda passar o tempo. Só acho chato porque não tem som e essas letrinhas que aparecem são pequenas e passa rápido, a gente não consegue ler direito, principalmente quando está longe do aparelho. Eu já usei algumas vezes para evitar contato, fingi que estava prestando atenção na TV e as pessoas se mancaram quando perceberam que eu não estava querendo conversa.*

03- Que programa gosta de assistir enquanto está dentro do ônibus? Por quê?

R- *Não tenho preferência, o que fica passando enquanto viajo já serve pra distrair. Gosto mesmo é de observar como isso serve de motivo para as pessoas conversarem, principalmente das novelas. Tem gente que fica adiantando o que vai acontecer porque leu no jornal, na revista e tal. Muitas vezes até o motorista e o cobrador entram na conversa, e chega ser divertido ficar observando.*

04- Novelas chamam sua atenção enquanto você viaja dentro do ônibus? Por quê?

R- *Não. Eu prefiro assistir em casa porque é mais tranquiloe o capítulo é completo, aqui passa só um pedacinho do que eu já vi na noite anterior. Só consigo assistir a novela que passa depois do Jornal Nacional, é única que acompanho junto com minha família. Aqui, fico mais de olho nas imagens enquanto viajo ou nas conversas que acontecem ao redor de mim.*

05- Você acha que a novelabrasileira mostra a realidade? Por quê?

R- *Não posso falar de outras novelas que passam antes do Jornal Nacional ou em outras emissoras porque não assisto, mas a novela que vem depois tem muito da nossa realidade. Não são todas, mas tem umas que tocam nas feridas das mazelas das grandes cidades e porque não dizer da humanidade. Ganância, inveja, violência, traição, desonestidade, falta de respeito, tudo é mostrado em várias histórias dessas novelas. Mas tem um lado que, praticamente em todas aparece, que vejo como fator educativo e de esclarecimento. Pode observar quase todas essas novelas ensinam alguma coisa de bom pra gente. Eu e meus dois filhos somos doadores de medula e isso só aconteceu porque vimos na novela em que Carolina Dickmann raspava a cabeça por causa de um câncer, que qualquer pessoa com*

saúde pode ajudar desde que seja compatível. Outra coisa que essas novelas retratam sem dó é o preconceito enrustido nas pessoas. Já parei muitas vezes para pensar e conversar com minha família sobre vários assuntos mostrados nas histórias.

Entrevistado 8: Nome: R.M.P.S. Idade: 31 anos - Estado Civil: solteira - Grau de escolaridade: estudante de Farmácia - Profissão: Estagiária
Linha: 211V/10 – Zona Leste/Centro – Vila Paranaguá – Estação Luz

01 - Você costuma conversar enquanto viaja de ônibus ou prefere o silêncio? Por quê?

R – *Às vezes, depende muito do tipo de conversa, não sou muito de puxar assunto, mas quando aparece um assunto interessante, converso sim. Uma boa conversa ajuda a passar o tempo e termina a gente conhecendo pessoas, fazendo novas amizades.*

02- Qual a sua opinião sobre essas telas instaladas dentro do ônibus?

R- *Já achei mais interessante, mas acho que hoje tem muita propaganda. Sei que existe uma lei que proíbe som dentro dos ônibus, mas a legenda que aparece junto com a imagem passa muito rápido, quase nunca consigo ler.*

03- Que programa gosta de assistir enquanto está dentro do ônibus? Por quê?

R- *No começo prestava atenção em tudo, hoje depende muito do que está passando e minha proximidade com o aparelho. Geralmente só consigo ver alguma coisa com tranquilidade quando já está perto do meu ponto de descer, porque o ônibus fica menos lotado.*

04- Novelas chamam sua atenção enquanto você viaja dentro do ônibus? Por quê?

R- *Pra falar a verdade, sempre que uma novela está chegando na reta final, gosto de acompanhar aqui também. Sei que é uma repetição do capítulo que assisti no dia anterior, em casa, mas tenho essa mania. Também corro atrás das informações sobre o final de cada uma que são publicados, nos jornais, nas revistas e, principalmente, nos sites.*

05- Você acha que a novelabrasileira mostra a realidade? Por quê?

R- *Algumas sim, principalmente quando mostra o lado ruim da sociedade, quando mostra a desonestidade e a violência que impera no país. Essa proximidade de algumas novelas com nossa realidade são muito doloridas e em mim provoca um desânimo com relação à humanidade. Tem o lado da fantasia que tenta levar a gente acreditar que o bem vence sempre o mal, mas geralmente isso só acontece quando faltam um ou dois capítulos para o fim da novela. Em compensação, a gente fica sofrendo muito quando acompanha toda a*

história desde o início, assistindo os vilões se dando bem o tempo todo. É uma verdadeira escola pra muita gente que acha tudo normal. Acho que as novelas deveriam ter menos capítulos e menos maldades nas suas histórias, já que elas entram em nossas casas para servirem como entretenimento e lazer; também seria bom que os heróis não sofressem tanto, essa coisa de felizes para sempre só no último capítulo está muito batido.

Entrevistado 9: Nome: R.O. Idade: 30 anos - Estado Civil: solteiro - Grau de escolaridade: Superior incompleto - Profissão: Assistente administrativo
Linha: 805L – Zona Centro/Sul – Terminal Princesa Isabel – Aclimação (circular)

01 - Você costuma conversar enquanto viaja de ônibus ou prefere o silêncio? Por quê?

R - *Prefiro silêncio pela manhã. Agora, se encontro uma pessoa conhecida, converso. Mas eu gosto de conversar e trocar experiências, sou uma pessoa comunicativa.*

02- Qual a sua opinião sobre essas telas instaladas dentro do ônibus?

R- *Sou favorável às telas. Éuma forma de divulgar informações, ficar conectado com os últimos acontecimentos. Deveria ter em todos os ônibus. Gostaria de fazer uma sugestão: seria legal disponibilizar Wi-Fi, gratuito para população, como já ocorre em alguns ônibus de viagem. As telas ajudam a distrair e passar o tempo no trânsito caótico de São Paulo.*

03- Que programa gosta de assistir enquanto está dentro do ônibus? Por quê?

R- *Gosto de assistir notícias, agenda cultural da cidade, notícias sobre novelas. É uma forma de entretenimento, de se manter atualizado e passar o tempo no trânsito.*

04- Novelas chamam sua atenção enquanto você viaja dentro do ônibus? Por quê?

R- *Sim. Enredo da novela, localização de onde ela se passa, a cultura, atores, expressões dos atores e as histórias dos personagens. Observo muito esse lado de criação das histórias.*

05- Você acha que a novela brasileira mostra a realidade? Por quê?

R- *Sim. Porque traz muitas vezes o retrato do povo brasileiro da vida, do cotidiano. O ator, antes de iniciar, antes de incorporar o personagem, estuda e realiza o laboratório de acordo com o papel recebido, acho que isso se aproxima muito de uma realidade. Essa novela da*

Globo, Salve Jorge, mostra a comunidade no morro do alemão com muita propriedade. Essa comunidade, que é diversa, que trabalha, que levanta cedo, que gosta de funk, que toma sol

na laje, que recebe turista para visitar o morro. Tudo isso também ocorre na vida real, principalmente o problema das drogas e do tráfico de pessoas.

Entrevistado 10: Nome: M.G.D. Idade: 35 anos - Estado Civil: casada - Grau de escolaridade: estudante de Direito - Profissão: secretária
Linha: 2031/10 – Zona Leste – Cidade Kemel II – A E Carvalho

01 - Você costuma conversar enquanto viaja de ônibus ou prefere o silêncio? Por quê?

R – *Quando quero aproveitar a viagem para estudar, evito qualquer tipo de conversa, mas quando não estou lendo algum livro, gosto de conversar, sim. Uma boa conversa ajuda passar o tempo, principalmente quando o congestionamento é daqueles que tira a paciência de qualquer um. Mas também não dá pra gente conversar com qualquer pessoa, evito alimentar papo com quem não conheço.*

02- Qual a sua opinião sobre essas telas instaladas dentro do ônibus?

R- *Acho legal. Tem gente que passa a viagem inteira assistindo a tudo que passa. Eu costumo passar o olho, se o que está passando me interessa, assisto. O difícil é você encontrar espaço até para viajar em pé. Se a gente tivesse um transporte de qualidade, acho que muita gente prestaria mais atenção.*

03- Que programa gosta de assistir enquanto está dentro do ônibus? Por quê?

R- *Já assisti muita matéria do Fantástico, do Globo Repórter, do Mais Você, alguma propaganda com agenda cultural e algum resumo de novela. Não tenho preferência, depende da matéria, depende da novela. Depende muito da situação dentro do ônibus, porque tem dia que a gente não consegue nem respirar direito. O número de ônibus nessa linha é pequeno e na hora de pico fica difícil até de embarcar, porque todo mundo quer subir ao mesmo tempo.*

04- Novelas chamam sua atenção enquanto você viaja dentro ônibus? Por quê?

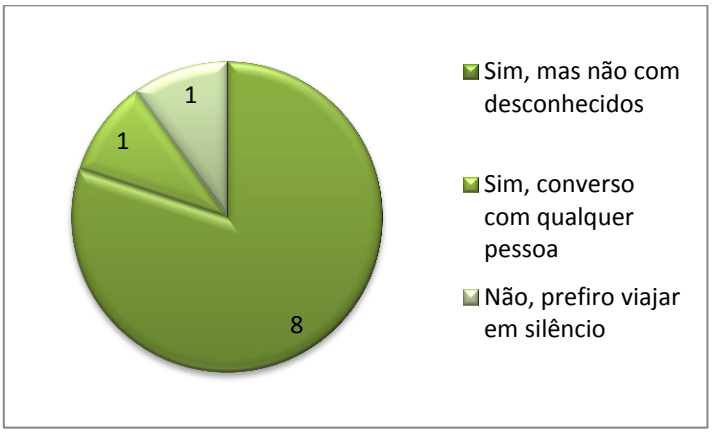
R- *Quando saio do trabalho vou direto para faculdade, então, fica difícil de acompanhar em casa. Já acompanhei uma novela inteira aqui, foi Cordel Encantado. Adorei aquela mistura de conto de fada com histórias do cangaço nordestino. Também acompanhei daqui Avenida Brasil, mas só quando estava próxima do final. Pra eu gostar de uma novela depende muito das histórias que ela conta. Quando gosto mesmo, gosto de acompanhar também pela internet, como fiz com Cordel Encantado.*

05- Você acha que a novelabrasileira mostra a realidade? Por quê?

R- *Algumas histórias ficam próximas da nossa realidade, principalmente aquelas que tratam de assuntos que estão em evidência como a corrupção, por exemplo, e aquelas que mexem os tabus da sociedade e abrem espaços para que certos temas sejam debatidos como, preconceitos, problemas com drogas, fidelidades. Esses temas quase sempre estão presentes nas novelas das nove, da Globo. Quando eu era solteira e não estudava ànoite, acompanhei algumas novelas legais, que mexiam muito com minha cabeça. Lembro do Rei do Gado, que mexeu muito com o problema da reforma agrária do país. Mulheres Apaixonadas mostrou o alcoolismo feminino e rendeu muitas rodinhas de conversas. Lembro muito da minha mãe conversando com as amigas sobre esse assunto.*

O que segue a partir daqui é uma tentativa de ilustrar, por meio de gráficos, os nossos "achados" nas 10 entrevistas individuais, destacando o que os respondentes manifestaram nos seus depoimentos e que consideramos importante.

Gráfico 1. Você costuma conversar enquanto viaja de ônibus ou prefere o silêncio? Por quê?



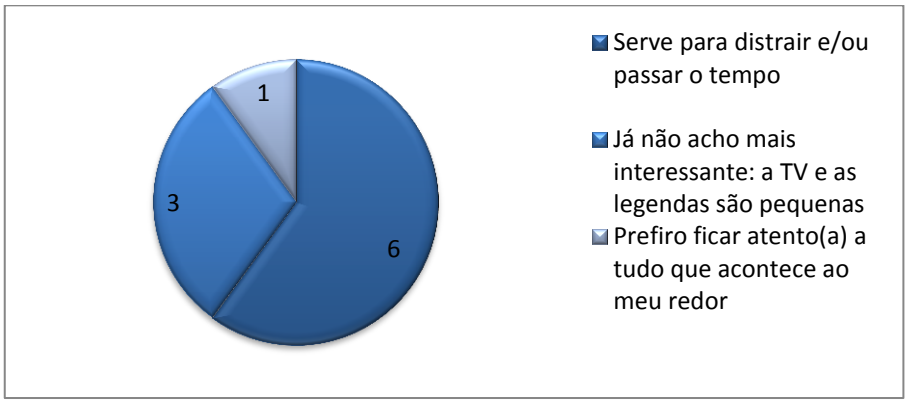
Base: 10 respondentes

A grande maioria respondeu que sim, costumam conversar enquanto viajam de ônibus, mas fazem restrições quando se tratar de conversar com desconhecidos, uma pessoa respondeu que sim, conversa com qualquer pessoa, e outra disse que prefere viajar em silêncio. O fato da maioria dos respondentes ter o hábito de conversar, mas não com desconhecidos ou pessoas estranhas, nos levou a duas leituras: primeiro a do medo e do enfrentamento com imprevisível, principalmente com relação à violência urbana; que Caiafa descreve "sobre tudo no caso de um meio tão cheio de acontecimentos como os ônibus (...), tão cheio de ocasiões de interpelações e de perigo" (CAIAFA, 2007, p. 107).

A segunda leitura que fizemos é a de que essas pessoas consideram desconhecidos ou estranhos todos os passageiros que não são usuários diários da mesma linha de ônibus, o que pode ser considerado como sendo aqueles que não pertencem ao *pedaço***,** supondo-se "uma referência espacial, a presença regular de seus membros em um só código de reconhecimento e comunicação entre eles" (MAGNANI, 2002, p. 20)**.** No dizer de Caiafa (2007), o transporte coletivo é "um grande agente dos desafios da cidade porque constrói acesso aos lugares e pode criar em seu meio mesmo um tipo de ocupação coletiva do espaço urbano**"** e acrescenta que,

> A ocupação do espaço em movimento, quando nos transportamos coletivamente, envolve também um confronto com desconhecidos. O transporte coletivo, ao distribuir de alguma forma a população, ao conduzir para longe das vizinhanças, tem um aspecto dessegregante. Ocorre uma *dessegregação*, mesmo que provisória e local. O transporte coletivo reúne à sua maneira desconhecidos e dispersa a população, realizando por si só uma abertura (CAIAFA, 2007, p.119).

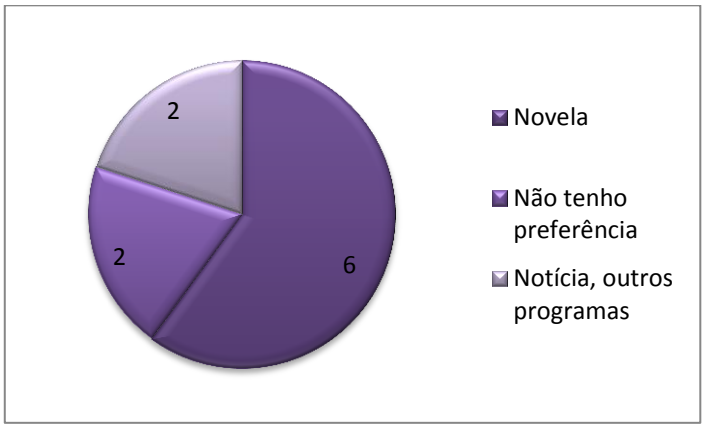
Gráfico 2. Qual a sua opinião sobre essas telas instaladas dentro do ônibus?



Base: 10 respondentes

Na opinião de seis respondentes, as telas instaladas dentro do ônibus servem para distrair ou ajudam a passar o tempo, três responderam que já acharam mais interessante, mas criticaram o tamanho das telas e das legendas e uma pessoa não gosta, prefere ficar atenta a tudo acontece ao seu redor. O fato de seis dos respondentes afirmarem que as telas expostas no transporte coletivo servem para distrair ou passar o tempo para nos dizer que seja a forma de expandir o espaço/casa, por issoconcordamos com Martín-Barbero (1998, p. 65), quando diz que “o que resulta importante compreender, então, não é apenas o encerrar-se, o inclinar-se para a doméstica privacidade, e sim a reconfiguração das relações de privado e do público que aí se produz, isto é, a superposição entre ambos os espaços e o apagamento de suas fronteiras”.

Gráfico 3. Que programa gosta de assistir enquanto está dentro do ônibus? Por quê?



Base: 10 respondentes

Sobre o tema da preferência Na programação exibida dentro do ônibus, 6 pessoas preferem a novela, 2 pessoas responderam não ter preferência ou assistem a tudo e outras 2 responderam que preferem notícias e outros programas. No nosso entender, fica claro que no ônibus se repete a mesma preferência do país pela telenovela. E por ser o conteúdo mais consumido de toda programação, observamos também que alguns depoimentos revelam descontentamento com o tamanho pequeno do monitor de TV e da narrativa legendada, além do desconforto com a superlotação dos ônibus, que não permite que elas se locomovam para perto dos aparelhos transmissores. Conforme já mencionamos, no capítulo sobre a implantação da Mídia Digital Móvel na plataforma ônibus, a estrutura constituída opera com dois monitores digitais de LCD com 22, 24 ou 26 polegadas, instalados estrategicamente no interior de cada veículo, que tem piso totalmente baixo.

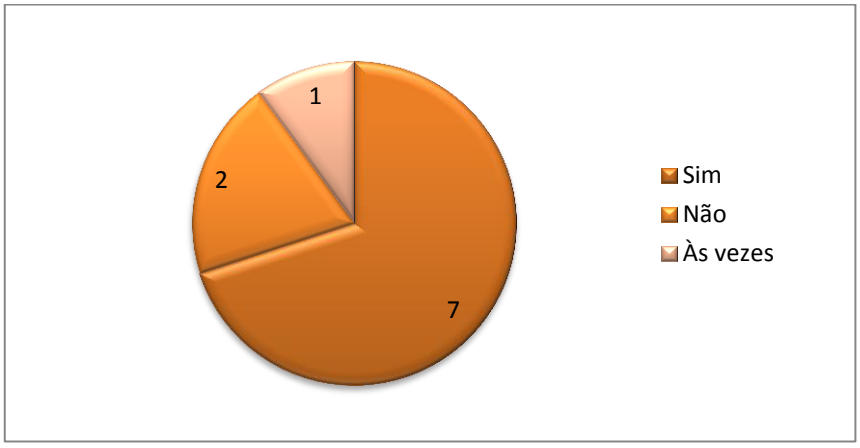
Outro fato interessante é que alguns depoimentos deixaram transparecer que gostariam de ver outros tipos de conteúdo também e que, se tivessem um controle remoto, mudariam de canal. Nosso ponto de vista aqui é o do que, para algumas pessoas, assistir qualquer programação televisiva está diretamente relacionado ao estar em casa, onde o *zapping* com controle remoto é comum, “mediante o qual cada um pode, como um nômade, armar sua própria programação com fragmentos ou "restos" de noticiários, telenovelas, concursos ou concertos” (MARTIN-BARBERO, 1998, p. 66).

Por outro lado, a narrativa transmídia no ônibus já aparece como mais um meio ou plataforma para se assistir ao folhetim.

> *R – Gosto mais das novelas, mas não de todas. Tem novela que faço questão de prestar atenção, têm outras que não ligo. Gosto de Lado a Lado e Guerra dos Sexos. Não gosto de Salve Jorge. Assisto mais aqui do que em casa, porque não posso mudar de canal. Só que aqui tudo é muito curto, num piscar de olho e a novela termina, começa outra coisa. É muito rápido, só uma pincelada, mas dá para entender. É o único tempo que resta, já que estudo à noite, fazendo um curso de especialização, então, o jeito é assistir aqui. Também acompanho pela internet, tem muita coisa que fico sabendo antes de aparecer na TV daqui.* (C.O.)

Como muitos brasileiros, o respondente diz que trabalha e estuda e que a narrativa no ônibus serve como um momento para assistir sua telenovela preferida. Por outro lado, o fato dele buscar informações sobre sua telenovela preferida na internet mostra o quanto as tecnologias estão incorporadas à vida das pessoas. Também fica exposta sua insatisfação com o fato de a mídia móvel exibir apenas um resumo do conteúdo da televisão.

Gráfico 4. Novelas chamam sua atenção enquanto você viaja dentro do ônibus? Por quê?

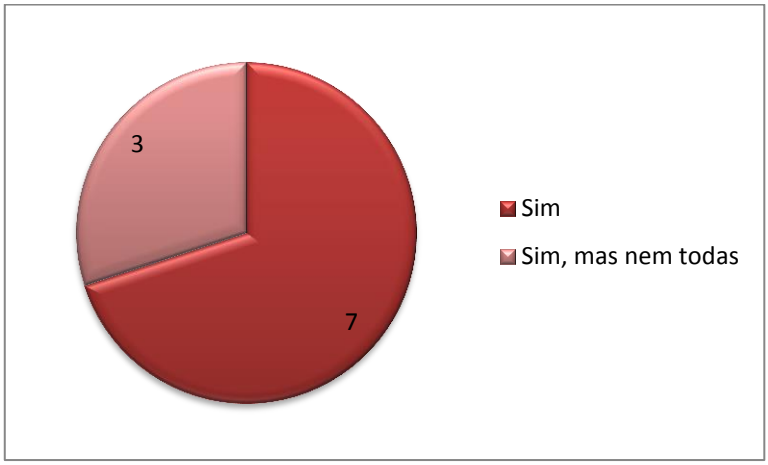


Base: 10 respondentes

Novela é o conteúdo da programação que mais chama atenção, sete responderam sim, duas pessoas responderam não e uma pessoa respondeu às vezes. O interessante é que de alguma maneira a novela faz parte do cotidiano dessas pessoas, seja assistindo em casa, no transporte coletivo ou em qualquer outra plataforma. Para Martín-Barbero (2004, p. 170), "qualquer que seja o caminho, a telenovela tem a propriedade de revelar a cartografia dos sentimentos tanto como as tensões do social, as propriedades da imaginação cultural como as aspirações secretas e explicitas das pessoas que a acompanham com fervor.É muito perspicaz o comentário de Martin-Barbero sobre a propriedade que telenovela tem de revelar e aqui acrescentamos o que diz Motter (2003, p.174), quando fala que a "telenovela é um entretenimento com um potencial educativo, social, cultural e artístico ainda não avaliado adequadamente, nem explorado do ponto de vista dos dividendos que pode render".Ela ainda reitera que,

> A telenovela pode ser considerada, no contexto brasileiro, o nutriente de maior potência do imaginário nacional e, mais que isso, ela participa ativamente na construção da realidade, num processo permanente em que ficção e realidade se nutrem uma da outra, ambas se modificam, dando origem a novas realidades, que alimentarão outras ficções, que produzirão novas realidades. O ritmo dessas transformações passa a ser a questão. (MOTTER, 2003, p.174).

Gráfico 5. Você acha que a novela brasileira mostra a realidade? Por quê?



Base: 10 respondentes

Todos os entrevistados acham que a novela brasileira mostra a realidade (7) mas, nem todas, apenas (3). O mais interessante é que, para justificar suas respostas, alguns deles buscaram na memória exemplos de folhetins exibidos há mais de uma década: *O Rei do Gado* (junho/96 a fevereiro/97); *Laços de Família* (junho/2000 a fevereiro/2003); *Mulheres Apaixonadas* (fevereiro/outubro/2003); *Por Amor* (outubro/97 a maio/98), além de novelas mais recentes, como *Insensato Coração* (Janeiro/agosto/2011), *Fina Estampa* (agosto/2011 a março/2012); *Lado a Lado* (setembro/2012 a março/2013); *Avenida Brasil*(março/outubro/2012) e *Salve Jorge* (outubro/2012 a maio/2013).

Outro achado interessante são os exemplos que mencionaram como contexto da realidade brasileira. *O Rei do Gado* (problemas dos sem-terra e a reforma agrária); *Laços de Família* (câncer de leucemia, campanha para doação de medula); *Mulheres Apaixonadas* (problema do alcoolismo feminino); Insensato Coração (homofobismo); *Fina Estampa* (honestidade e a maldade do ser humano); *Lado a Lado* (Brasil na época da escravidão e o preconceito); *Avenida Brasil* (o Brasil emergente e a nova classe média, traições, desonestidades, promiscuidades, etc.).

Os depoimentos colhidos na pergunta conduzem ao conceito de "*Merchandising social*" de Lopes (2009, p.38) que define como "um recurso comunicativo que consiste na veiculação em tramas e nos enredos das produções de teledramaturgia de mensagens socioeducativas explicitas, de conteúdo ficcional ou real". Essas menções explicitas nas respostas também

levam à questão da cultura nacional e da memória, no dizer de Hall (2002, p.51): “ao produzir sentidos sobre “a nação”, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades. Esses sentidos estão contidos nas estórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas”.

No conjunto das respostas a esta pergunta, chamou-nos atenção a de C.O., pela leitura e interpretação que faz da realidade social a partir da telenovela.

> *R- Eu acho que tem sim. A vida está cheia de Carminha, Ninas, Tufão, Leleco, Suellen e de muita gente daquela novela. Carminha era muito do mal e tem muita gente que é igualzinha a ela. Novela tem dessas coisas, mostra como as pessoas são de verdade. Essa novela Avenida Brasil foi muito legal, deixou saudade. Adorava os barracos. Ali não tinha ninguém santinho como nas outras novelas, todo mundo armava barraco, falava o que queria, assim como a gente. Mas não gostei muito do final, Carminha ficou presa pouco tempo e ainda foi perdoada depois de fazer tanto mal. Mas isso também é a cara do Brasil. Os sites estão cheios de Suellen da vida real, querendo ser celebridade a qualquer preço. (C.O.).*

O respondente relaciona os personagens com o contexto social do país visualizado por ele. E deixa claro que o que é “ruim” deve ser “punido”. E expressa também um sentimento negativo com relação aessa realidade.

No próximo tópico, apresentamos a metodologia usada para a análisedos dados da pesquisa ea importância de “compreender” o contexto urbano e social em que foi desenvolvida.

5.4 – Analisando Para Compreender

Magnani (2002, p.15) afirma que "os atuais grandes centros urbanos não podem ser considerados simplesmente como cidades que cresceram demais – daí suas mazelas e distorções". Na cidade de São Paulo, com uma população de mais de 11 milhões, não existe uma, mas várias centralidades. Por isso, "em vez de se procurar (em vão) um princípio de ordem que garanta a dinâmica da cidade como um todo, mais acertado é tentar identificar essas diferentes centralidades e os múltiplos ordenamentos que nelas e a partir delas ocorrem", afirma o autor.

> A própria escala de uma megacidade impõe uma modificação na distribuição e na forma de seus espaços públicos, nas suas relações com o espaço privado, no papel dos espaços coletivos e nas diferentes maneiras por meio das quais os agentes (moradores, visitantes, trabalhadores, funcionários, setores organizados, segmentos excluídos, "desviantes", etc.) usam e se apropriam de cada uma dessas modalidades de relações espaciais (MAGNANI, 2002, p. 15).

Nossa pesquisa foi desenvolvida com esse caráter etnográfico e com um recorte do campo que nos permitiu vivenciar o ângulo não só da observação, mas também da observação participante, o que nos conduziu à captação de "determinados aspectos da dinâmica urbana que passariam desapercebidos, se enquadrados exclusivamente pelo enfoque das visões macro e dos grandes números" (MAGNANI, 2002, p. 16). Assim consideramos e colocamos em prática o que autor assinala sobre a metodologia de pesquisa etnográfica:

> (...) o método etnográfico não se confunde nem se reduz a uma técnica; pode usar ou servir-se de várias, conforme as circunstâncias de cada pesquisa; ele é antes um modo de acercamento e apreensão do que um conjunto de procedimentos. Ademais, não é a obsessão pelos detalhes que caracteriza a etnologia, mas a atenção que se lhes dá: em algum momento, os fragmentos podem arranjar-se num todo que oferece a pista para um novo entendimento (MAGNANI, 2002, p. 17).

Ao optarmos pela perspectiva metodológica *de perto e de dentro*, direcionamos nosso foco para a estratégia de acompanhar vários usuários do transporte coletivo em seus trajetos habituais, como seus deslocamentos para o trabalho dentro de ônibus, seus contatos significativos de conversações e de sociabilidade, de conflitos e de arranjos no contexto variado do espaço público, onde a mídia digital móvel também está presente com as narrativas transmídias. A opção:

> É neste plano que entra a perspectiva *de perto e de dentro*, capaz de apreender os padrões de comportamento, não de indivíduos atomizados, mas dos múltiplos, variados e heterogêneos conjuntos de atores sociais cuja vida cotidiana transcorre na paisagem da cidade e depende de seus equipamentos (MAGNANI, 2002, p. 17).

O fato de a recepção da telenovela expandir-se para um novo lugar/espaço até agora não estudado, nos conduziu ao pressuposto da totalidade do campo de pesquisa, partindo "dos atores sociais em seus múltiplos, diferentes e criativos *arranjos* coletivos" (Magnani, 2002, p. 18), partindo do princípio de que nosso objeto de pesquisa está presente com suas particularidades: (1) A recepção da narrativa transmídia, sem áudio e com legenda em uma plataforma *Out of Home*; e (2) em diversos momentos do cotidiano das pessoas que se locomovem dentro espaço público de intenso movimento e de grande rotatividade, como é o transporte coletivo. Acreditamos, com isso, ter conseguido trabalhar com uma totalidade etnográfica, que é:

> (...) uma totalidade consistente em termos de etnografia é aquela que, experimentada e reconhecida pelos atores sociais, é identificada pelo investigador, podendo ser descrita em seus aspectos categorias: para os primeiros, é o texto da experiência, para o segundo, chave de inteligibilidade e principio explicativo. Posto que não se pode contar com uma totalidade dada *a priori*, postula-se uma a ser construída a partir da experiência dos atores e com a ajuda de hipóteses de trabalhos e escolhas teorias, como condição para que se possa dizer algo mais que generalidades a respeito do objeto de estudo (MAGNANI, 2002, p.20).

Para construir uma referência com pressuposto da totalidade no interior da qual o significado pudesse ser apreciado, fizemos uso de algumas categorias de análise conceituadas por Magnani ―*pedaço*, *trajeto*, *circuito*― para obtermos o resultado do trabalho etnográfico, "que reconhece os *arranjos* nativos, mas que descreve e trabalha num plano mais geral, identificando seus termos e articulando-os em sistemas de relações" (MAGNANI, 2002, p. 20).

Achamos importante retornar, neste ponto, às hipóteses de nossa pesquisa. A hipótese de que a transmidiação e a presença humana se imbricam de forma muito particular, formando novas comunidades, podemos dizer que se confirma, conforme contextualiza Martín-Barbero (2009), que aqui retomamos: "quando começamos a falar de comunidades de leitores, de espectadores de novela, estamos falando de algo que é certo. (...). É uma comunidade invisível, mas é real, tão real que é sondável, podemos pesquisá-la e ver como é heterogênea. Comunidade não é homogeneidade"[52]. Constatamos a existência dessa comunidade no

[52] Essa noção de"comunidade real" foi usadapor Jesús Martín-Barbero, em entrevista ao Caderno +Mais!. *Folha de S. Paulo*, 23.08.2009.

ambiente ônibus por meio das inúmeras interações e conversações relacionadas à narrativa da telenovela.

O pressuposto de que “narrativas imagísticas” em um ambiente fechado e de grande circulação também podem ser consideradas um eixo condutor capaz de pautar conversações, no que diz respeito à telenovela exibida dentro do ambiente ônibus, não só se confirma como também é utilizada como “recurso comunicativo”. Nosso trabalho de campo mostra as inúmeras vezes em que conversações e interações tiveram início a partir do momento que telenovela passava a ser exibida no ambiente.

Retomando, ahipótesede que a telenovela brasileira traz no seu contexto narrativo um grande condutor para cultura oral – não importando o lugar (plataforma) onde é exibida, o tipo de tecnologia e nem os caminhos que percorre para chegar ao público receptor – também é algo concreto dentro do ambiente ônibus, conforme contextualizamos quando discorremos sobre transporte coletivo como espaço comunicativo. É fato ainda que a recepção nesta plataforma tem suas particularidades que deixamos para explicitar melhor no VI capítulo, onde deciframos e interpretamos nossa pesquisa de campo voltada para a recepção da narrativa transmídia na plataforma ônibus. Adiantamos aqui apenas suas modalidades: a recepção silenciosa, a recepção com interação e compartilhamento e a recepção que lança mão do “recurso comunicativo” (LOPES, 2009)

Nosso ponto de vista diante do que expomos nos relatos é o de que, qualquer pessoa que manifesta um discurso, o faz a partir dos discursos que recebe (e aqui incluímos o discurso de contexto social da telenovela), e onde subjetividade que, inerente a qualquer um, é sempre formada pelas motivações sociais com as quais essas pessoas (atores sociais) se confrontam no cotidiano social onde estão inseridas.

Assim, com a intenção de tentar dar conta dos objetivos e das hipóteses propostos neste trabalho, tendo como objeto de estudo e de pesquisa a recepção da telenovela da TV Globo, exibida por uma nova categoria de mídia digital móvel, a *out of home***,** da *Via TV Mídia*, no transporte público da cidade de São Paulo, discutimos, a seguir, alguns resultados da pesquisapautada pela observação etnográfica com a perspectiva do olhar *De perto e de dentro* de Maganini (2002), com a Caiafa (2007) e com o respaldo teórico-metodológico de Lopes (1997, 2009), conforme sobejamente expusemos.

Capítulo VI - Decifrando a Recepção da Telenovela como Narrativa Transmídia

6.1 – Encontrando no Campo: Alguns "achados"

A análise dos dados obtidos em nossa pesquisa está divida em duas etapas.

Na primeira, contextualizamos os dados, fazendo uma observação direta do "*pedaço*", seguida pela observação participante, quando interagimos e participamos das conversações com os atores sociais, alvos de nossa pesquisa. Os achados nesta primeira etapa já indicam os primeiros resultados de nossa pesquisa, ou seja, a tendência à confirmação da existência de um novo lugar de recepção da telenovela.

Na segunda etapa — a realização de entrevistas individuais — todas as respostas obtidas entram no processo de comparação para que seja possível termos uma visão panorâmica dos depoimentos colhidos. Detectamos, além das semelhanças e das diferenças entre os depoimentos, a possibilidade de nos aprofundar também na interpretação do que não foi verbalizado, mas que subentende-se pela maneira como cada entrevistado deixou transparecer no contexto de suas respostas.

Iniciamos a análise sobre resultados da pesquisa tomando junto a Martín-Barbero (2004, p.47) um fato cultural incontornável que as maiorias da América Latina estão se incorporando à, e se apropriando da, modernidade sem deixar sua cultura oral, (...) a partir dos gêneros e das narrativas, das linguagens e dos saberes, da indústria e da experiência audiovisual". Estamos, pois, diante do fenômeno da envergadura antropológica conseguida pelos meios de comunicação e suas influências no cotidiano da sociedade contemporânea.

Observamos que o movimento rotineiro de casa para o trabalho ou para qualquer outro lugar, assim como o movimento inverso, mostra que a casa e a rua interagem e completam num ciclo que é cumprido diariamente por homens e mulheres, velhos e crianças. Não importa se o percurso é feito a pé ou por meio de algum transporte, o que importa é que "todos fazem e refazem essa viagem que constitui, de certo modo, o esqueleto da nossa rotina diária". (DAMATTA, 1986, p.15).

> Dois espaços "dividem a vida social brasileira: o mundo da casa e o mundo da rua – onde estão, teoricamente, o trabalho, o movimento, asurpresa e a tentação (...) É claro que a rua serve também como o espaço típico do lazer. Mas ela, como um conceito inclusivo e básico da vida social – como "rua" –,

> é o lugar do movimento, em contraste com a calma e a tranqüilidade da casa, o lar e a morada (DAMATTA, 1986: p.16).

Caiafa dialoga com DaMatta ao afirmar que "em contraste com o meio familiar e do pequeno povoado, nas ruas da cidade produz-se um fluxo imprevisível de gente de diferentes procedências, estranhos que passam por nós em grande variedade" (CAIAFA, p 2007, p.117). Essa grande variedade é diferente nas inúmeras configurações urbanas, mas a experiência com o inesperado, que a exposição à descontinuidade nos impõe continua como marca da cidade.

> Podemos afirmar, portanto, que a emergência da cidade envolve um *nomadismo*. Ela precisa ser ímã para estranhos de toda sorte que vão povoar esse espaço de constante movimento, esse campo atravessado por trajetórias e em expansão horizontalmente. Na origem das cidades existe um *movimento*, um *deslocamento*. São fluxos que vêm de fora e que vão criar um nomadismo propriamente urbano, constituir a cidade como lugar de circulação é dispersão (CAIAFA, 2007, p.118).

Quando se refere ao espaço "casa", DaMatta não o define apenas como um local onde se dorme, se alimenta ou para estar abrigado do vento, do frio ou da chuva, mas sim como um espaço "profundamente totalizado numa forte moral" e de "uma dimensão da vida social permeada de valores e de realidades múltiplas". Ou seja, enquanto o espaço "casa" é marcado como o espaço de reconhecimento pessoal, a rua é o espaço que contrasta com a ausência total de reconhecimento.

> temos que nos dar conta de vivevemos numa sociedade onde casa e rua são mais que mero espaço geográficos. São modos de ler, explicar e falar do mundo (...) Como um rio, a rua se move sempre num fluxo de pessoas indiferenciadas e desconhecidas que nós chamamos de "povo" e de "massa". As palavras são reveladoras. Em casa, temos as "pessoas", e todos lá são "gente": "nossa gente". Mas na rua temos apenas grupos desarticulados de indivíduos – a "massa" humana que povoa as nossas cidades e que remete sempre à exploração e a uma concepção de cidadania e de trabalho que é nitidamente negativa (DAMATTA, 1986, p. 20).

Estar junto, vivenciar de alguma forma o cotidiano de terminados grupos de atores sociais de uma cidade grandiosae cheia de contrastes como é São Paulo, foi sem dúvida uma experiência gratificante. No mesmo instante que observamos, também fomos observados. No mesmo momento que olhamos para o desconhecido como sendo o "Outro", também fomos o "Outro" desse desconhecido. Compartilhamos espaço e conversações descontraídas, também compartilhamos o sentimento de medo e insegurança que a cidade nos proporciona. Foi um "experimentar outros mundos", como escreve Caiafa (2007, p.117), ao definir eloquentemente o trabalho etnográfico no ambiente dentro de um transporte coletivo.

Outra constatação nossa é a de que a recepção acontece de forma heterogênea, onde se fazem presentes diversas práticas de assistir ao folhetim, que vão desde recepcionar o conteúdo em silêncio até recepcionar e em seguida iniciar conversações sobre o enredo e/ou os personagens, ou recepcionar com aquela olhada passageira e de imediato iniciar conversações. Por outro lado, não temos dúvida de que telenovela brasileira é um produto cultural que está inserido no cotidiano da nossa sociedade, que os enredos e histórias que muitas vezes misturam ficção com realidade levam essa mesma sociedade a repensar de alguma maneira seus valores e costumes. Quando nos referimos à telenovela como produto da cultura nacional, consideramos serem as culturas nacionais ao produzir sentidos sobre "a nação", sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades (...)

> Esses sentidos estão contidos nas estórias 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, 2002, p.51).

Por outro lado, observamos que essa modalidade de lazer e entretenimento possibilitada pela plataforma é praticada em variadas formas. Foi possível distinguir diversas modalidades de recepção: a silenciosa, a recepção com interação e compartilhamento e a recepção que lança mão do "recurso comunicativo" (LOPES, 2009).

• Consideramos *recepção silenciosa* aquela onde o passageiro permanece alheio às conversações, interações e aos compartilhamentos queacontecem no ambiente dentro do ônibus – e não são poucos os ruídos nesse ambiente –, recepcionando a narrativa transmídia como se estivesse em um ambiente exclusivo, único. A modalidade de recepção silenciosa nos chamou atenção pelo fato de ser o ônibus um espaço público que, embora fechado, é também um ambiente de grande rotatividade, com ruídos e confrontos.

• *A recepção com interação e compartilhamento* é muito frequente e se aproxima da recepção que lança mão do "recurso comunicativo". A diferença está no fato de que ela geralmente acontece quando o conteúdo que está sendo exibido no momento passa a ser do interesse de determinados passageiros, iniciando-se assim, várias conversações e compatilhamentos sobre o assunto, que pode ser o conteúdo de uma novela, de uma matéria jornalística oude qualquer outroprograma.

• Já a *recepção que lança mão do "recurso comunicativo"*, conforme observamos, é uma exclusividade da recepção dos conteúdos da telenovela. Este dispositivo para a comunicação é muito ativo e o mais frequente no ambiente dentro do ônibus, quando observamos e constatamos ser a telenovela o conteúdo preferido exibido na plataforma. E este recurso de comunicação não é só ativado durante a exibição da telenovela como narrativa transmídia, ele se faz presente dentro e fora do ônibus, conforme verificamos nos pontos de paradas e terminais. Não temos dúvida de que a proximidade da telenovela brasileira com a realidade do cotidiano da nação traz uma função pedagógica que transcende para o contexto social como cultura, isto é, como *narrativa da nação*.

Capítulo VII – Considerações finais

A capilaridade através da qual os meios de comunicação estão inseridos na cidade São Paulo não encontra paralelo, tamanha é sua complexidade. “As telas estão em toda parte”. O ônibus tornou-se uma plataforma, bem como o espaço e o tempo de espera em seus terminais. Em plataformas tambem foram transformados os trens e suas plataformas de espera nos terminais ferroviários ou nas estações de metrô e, ainda, os aviões e seus terminais aeroviários. As telas estão nos bares, nos salões beleza, nas padarias, nos hospitais e maternidades, nos supermercados, nas farmácias, etc. Também estão nas mãos de muitos usuários,via internet, tendo como plataformas o aparelho de celular, *tablets* e *smartphones*, *iPad* ou *iPhone*, *laptop* etc. O volume de informação que cada indivíduo recebe ao se locomover pela cidade, seja de que forma for, não deixa dúvida quea cidade de São Paulo se enquadra perfeitamente na “*cidade virtual*” de Martín-Barbero (1998) definida como novos cenários da comunicação.

De antemão podemos dizer que a recepção da teledramaturgia brasileira nesse novo lugar/ espaço vai mais além do proposto inicialmente. Retomando nossa proposta geral neste trabalho, ela se traduziu em observar quais os caminhos que a narrativa da teledramaturgia brasileira passa a percorrer no cotidiano do brasileiro marcado pela ubiquidade dos meios e a presença cada vez mais constante das mídias digitais em convergência; em descobrir, por meio da observação etnográfica e da coleta de dados primários, como se dá a relação entre essa mídia digital móvel (na plataforma ônibus) e seus usuários; em verificarcomo se processa a recepção da telenovela nesse novo espaçoe se ela apresenta algo de diferente; por fim, em relacionar as práticas de comunicação de recepção da teledramaturgia brasileira diante das novas mídias digitais com novas vertentes dos estudos de Comunicação, investigando de que forma elas se inserem no contexto de cultura popular e avaliando os resultados que isso traz, na prática, para o cotidiano da sociedade. Temos consciência das nossas grandes limitações, principalmente, por tratar-se de “um novo lugar/espaço”, até agora, não explorado.

Além da comprovação de que plataforma ônibus constitui sim, um novo lugar de recepção da telenovela e que essa diferença de cenário — assistir o folhetim fora de casa — se constitui, por sua vez, emum espaço público de grande rotatividade, com embarques e desembarques de passageiros, em que a programação diária de narrativas transmídia se repete por quase 24 horas. Indicadores das práticas dos atores sociais que fazem uso do ônibus, conforme

apresentamos em nossa pesquisa de campo, dão conta de que a telenovela com narrativa transmídia, exibida nesse novo lugar, é um dos principais “recursos comunicativos” que induz a conversações, interações, compartilhamentos de sentido e sociabilidade. A dinâmica das regras que presidem o uso do tempo/espaço desses agentes vai além da mera necessidade de se locomoverem e é feita também de exercícios de sociabilidade, conversações, entretenimento e encontros, engajados que estão na programação exibida nos monitores do ambiente dentro do ônibus.

Consideramos de grande relevância esse novo espaço de recepção, um espaço de plateia complexa, porém ainda encantada com uma narrativa que distrai e neutraliza as dificuldades da realidade vivida pela maioria dessas pessoas. Também é fato que as tecnologias estão promovendo cada vez mais diferentes modos de ver qualquer programa de TV, dentro ou fora de casa. Isso significa também dizer que os enredos de novela deixaram de ser assunto restrito ao espaço do “lar”, dado que hoje as telas estão em todos lugares.

Referências

AGIER, Michel. *Antropologia da cidade: lugares, situações, movimentos*. São Paulo: Ed. Terceiro Nome. São Paulo, 2011.

AUGÉ, Marc. *Por uma antropologia da mobilidade*. Maceió, AL: Editora Unesp/Ufal, 2010.

_____. Não Lugares – Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Tradução: Maria Lucia Pereira, Campinas, SP: Papirus, 1994 – 7ª edição, (coleção travessia do século).

BALOGH, Anna Maria. *O discurso ficcional na TV: sedução e sonho em doseshomeopáticas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

BAUMAN, Zigmunt. Identidade num mundo globalizante. In *A sociedade individualizada: vidas contadas e histórias vividas.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2008.
BOURDIEU, Pierre. Compreender. *In A miséria do mundo*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998 (p. 693 – 713).

BRUNER, Jerome. A interpretação narrativa da realidade. In: *A Cultura da Educação*. Porto Alegre: Artmed Editora, 2001.

CAIAFA, Janice. *Aventura das cidades: ensaios e etnografias*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
_____. *Jornadas urbanas: exclusão, trabalho e subjetividade nas viagensde ônibus na cidade do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

CANCLINI, Nestor Garcia. *As culturas Populares no Capitalismo*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

CANEVACCI, Massimo. *A cidadepolifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana.* São Paulo: Studio Nobel, 2004.

CORRÊA, Elizabeth Saad. Uma reconfiguração cultural possível e viável. São Paulo: Ano 7-Nº1 –jan./jun. 2013 – MATRIZes. P. 283-289. Resenha de: JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Speadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University Press, 2013.

DAMATTA, Roberto. *O que faz o brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco,1986.

FECHINE, Y. & FIGUEIRÔA, A. Produção ficcional brasileira no ambiente de convergência: experiências sinalizadoras a partir do Núcleo Guel Arraes. In: LOPES, M.I.V. de (org). *Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas*. São Paulo: Globo, 2009. (p.353-394)

FERIN, Isabel. *Comunicação e cultura do quotidiano*. Lisboa: Quimera, 2002.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A. Editora, 2002.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: HALL, Stuart. *Da diáspora*: *identidades mediações culturais.* Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

IANNI, Octavio. Globalização: novo paradigma das Ciências Sociais. *Revista Estudos Avançados,* São Paulo: USP/IEA, 1994, Vol.8. 21.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. A convergência midiática na visão de Henry Jenkins. Entrevista ao jornal *O Globo*, 31.05.2010.
http://gpc.andrelemos.info/blog/2009/07/26/a-convergencia-midiatica-na-visao-de-henry-jenkins/

LOPES, Maria Immacolata V. A telenovela como recurso comunicativo.*MATRIZes*V, Ano 3: 2009.

_____. *Pesquisa em comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

_____. Sobre o estatuto disciplinar do campo da Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org). *Epistemologia daComunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

_____. Uma metodologia das mediações. In: LOPES, M.I.V. et.al. *Vivendo com a telenovela. Mediações, recepção,teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002.

_____. Estratégias metodológicas da pesquisa de Recepção. *INTERCOM* – Revista brasileira de Ciências da Comunicação, Vol.XVI. 2, São Paulo, 1993.

_____. Explorações metodológicas num estudo de recepção de telenovela. Texto apresentado no *I Colóquio Brasil-Dinamarca de Ciências da Comunicação. XIX Congresso INTERCOM,* Londrina, 1996.

_____.*Telenovela: Internacionalização e Interculturalidade*. São Paulo, Edições Loyola, 2004.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, Vol. 17 nº 49.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1997.
_____. Pistas para entre-ver meios e mediações
Prefácio à 2ª edição. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro. Ed. UFRJ, 2003. (tradução de Maria Immacolata Vassallo de Lopes).

_____. Desafios Culturais da Comunicação à Educação. *Comunicação & Educação*, São Paulo, (18), maio/ago. 2000.

_____. Cidade Virtual: novos cenários da comunicação. *Comunicação & Educação*, São Paulo, (11), jan/abr.1998.

_____.Cidade virtual: novos cenários da comunicação. *Revista Margem*, PUC/SP, nº 6, 1997 (tradução de Silvia Borelli).

_____. Arte/Comunicação/Tecnicidade no final do século *Revista Margem*, PUC/SP, nº 8, 1998 (tradução de Silvia Borelli).

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Entrevista ao Caderno +Mais! Jornal *Folha de S. Paulo*, 23.08.2009.

_____ Entrevista: Jesús Martín-Barbero fala sobre Comunicação e suas obras. http://redeglobo.globo.com/globouniversidade/noticia/2012/07/entrevista-jesus-martin-barbero-fala-sobre-comunicacao-e-suas-obras.html06/07/2012 16h39- Atualizado em 06/07/2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesúse REY, Germán. *Os Exercícios do ver*: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Editora Senac, 2004.

MOTTER, Maria de Lourdes. *Ficção e Realidade: A Construção do Cotidiano na Telenovela*, São Paulo: Alexa Cultural, 2003.

MOTTER, Maria Lourdes e MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Gênero teledramatúrgico: entre a imposição e a criatividade. *Revista USP*, no. 76, dezembro/fevereiro 2007-2008

PALLOTTINI, Renata. *Dramaturgia de televisão*. São Paulo: Perspectiva, 2012.

PORTO, Mauro. A pesquisa sobre a recepção e os efeitos da mídia: propondo um enfoque integrado. Trabalho apresentado ao *XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM*, Belo Horizonte, 2003.

SANTOS, Boaventura Sousa. Para além do Pensamento Abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. In: SANTOS, Boaventura de Sousa e MENESES, Maria Paula (orgs).*Epistemologias do sul*. Coimbra: Almedina, 2009.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a Mídia*. Loyola, São Paulo, 2011.

SODRÉ, Muniz. Sobre a episteme comunicacional. *MATRIZes 1*, Ano 1: 2007, p. 15 a 36.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade*: uma teoria social da mídia.Petrópolis:Vozes, 1998.

ANEXOS

GRÁFICOS E FOTOS DA PESQUISA VIA TVMIDIA

Pesquisa Recente Via TV Mídia

Data da Pesquisa: Agosto/2012

Empresa: Data Popular

Figura 4 - Plataforma ônibus de São Paulo - Mobilidade urbana
Fonte: Via TV Mídia

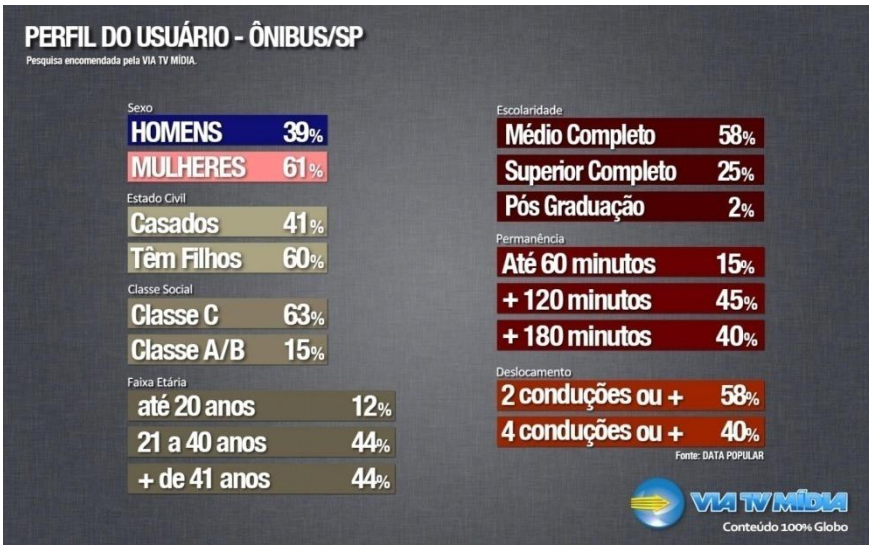


Figura 5- Plataforma ônibus de São Paulo
Fonte: Via TV Mídia

Figura 6 - Plataforma ônibus e metrô de São Paulo - Resultado de pesquisa.
Fonte: Via TV Mídia