# Universidade de São Paulo Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas Departamento de Sociologia Programa de Pós-Graduação em Sociologia

# O DIVÃ NO PALCO:

DISCURSO TERAPÊUTICO, INDÚSTRIA CULTURAL E
A PRODUÇÃO DE BENS CULTURAIS COM PESSOAS COMUNS

MAÍRA MUHRINGER VOLPE

VERSÃO CORRIGIDA

SÃO PAULO 2013

# UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

# O DIVÃ NO PALCO:

DISCURSO TERAPÊUTICO, INDÚSTRIA CULTURAL E
A PRODUÇÃO DE BENS CULTURAIS COM PESSOAS COMUNS

#### Maíra Muhringer Volpe

TESE APRESENTADA AO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA DO DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA DA FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, PARA OBTENÇÃO DO TÍTULO DE DOUTOR EM SOCIOLOGIA.

ORIENTADORA: PROFA. DRA, IRENE DE ARRUDA RIBEIRO CARDOSO

VERSÃO CORRIGIDA

São Paulo

2013

#### RESUMO

Não é raro encontrar na televisão brasileira, e mesmo na rádio, emissões que trazem depoimentos de pessoas comuns comentados por especialistas, sobretudo, psicólogos. Desentendimentos conjugais, problemas com filhos, desavenças com vizinhos, conflitos no trabalho, são alguns dos temas exibidos. Trata-se de versões cujo formato orienta também produções estadunidenses, europeias e latino-americanas, cuja temática, apropriada pela indústria cultural nacional, difunde um discurso terapêutico.

Embora as ideias de manipulação dos participantes e de sensacionalismo na busca por audiência sejam justificativas para a veiculação desse tipo de emissão, existem outros sentidos que podem ser atribuídos quando se aproximam as razões que mobilizam pessoas a dar visibilidade a histórias e questões consideradas de foro íntimo. Foram esses outros sentidos aqui investigados. Uma abordagem, portanto, a partir dos participantes de *No Divã do Gikovate* (Rádio CBN), *Casos de Família* (SBT) e *Márcia* (Bandeirantes) norteou a pesquisa apresentada.

A interação social no palco, nos bastidores e na plateia foram vias de acesso a dois grupos sociais envolvidos na produção e no consumo desses bens culturais. O estudo dessas interações apontou lógicas diferentes de produção: uma "demanda espontânea", entre aqueles que integram as emissões animadas pelo Dr. Gikovate, e um "sistema de produção da exibição", ou seja, uma cadeia produtiva por trás das emissões televisivas que abarca tanto profissionais formalmente contratados pelas emissoras quanto pessoas engajadas informalmente. Tais interações indicam ainda grupos que possuem universos mentais distintos, com repertórios expressivos e recursos afetivos específicos. Seus integrantes apropriam-se do discurso terapêutico difundido transformando-o em senso prático para sua vida afetiva.

#### **PALAVRAS-CHAVE**

Pessoas comuns; Indústria cultural brasileira; Discurso terapêutico; Programa de auditório; Rádio e Televisão

#### **ABSTRACT**

It's not rare to find in Brazilian television and radio, transmissions that bring ordinary people's testimonials commented by experts, mainly psychologists. Marital fights, problems with children, quarrels with neighbors are some of the themes presented. Those are Brazilian versions of programs which circulate around the United States reaching Latin American and European countries, which the thematic, taken by their own national culture industry, diffuses a therapeutic discourse.

Although the participants' ideas manipulation and the sensationalism in the quest for audience are explanations for placing this kind of transmission, there are other senses that may be attributed when one gets closer to the reasons that mobilize those people to bring out stories and affairs once considered intimate. These other senses were the ones studied here. Thus, an approach close to that of the participants of *No Divã do Gikovate* (*Gikovate's Divan*, Radio CBN), *Casos de Família* (*Family Affairs*, SBT) and *Márcia* (*Marcia*, Bandeirantes) guided this research.

The social interactions on stage and backstage were ways to reach these two social groups involved in the production and consumerism of these cultural products. The study of these interactions led to different logics of production: a "spontaneous demand" between those who compose the transmissions cheered by Dr. Gikovate, and a "production system of exhibition", which means a productive chain behind the television transmissions that reach professionals formally hired by the networks and people informally involved. Those interactions have also indicated groups with different mental universes, with specific expressive repertoire and affective appeal. Their integrants employ the therapeutic discourse, transforming it into logic of practice to be used in their affective life.

#### **KEYWORDS**

Ordinary people; Brazilian culture industry; Therapeutic discourse; Talk show Radio and Television

#### **AGRADECIMENTOS**

Muitas pessoas contribuíram para este trabalho – desenvolvido ao longo de quase cinco anos entre a pesquisa e a elaboração da tese – às quais quero expressar minha profunda gratidão:

A todas as entrevistadas e todos os entrevistados que de maneira generosa aceitaram conversar comigo e compartilharam suas experiências dentro e fora das emissoras;

Aos produtores, ao produtor executivo e à assistente de direção do SBT, aos produtores da Band e da CBN, bem como à Christina Rocha, à Dra. Anahy D'Amico e ao Dr. Flavio Gikovate, que gentilmente falaram sobre seus trabalhos e as emissões; ao Paulo Henrique da Silva, quem primeiro me apresentou o mundo da televisão e me ensinou a chegar até ele;

À professora Irene Cardoso, faltam palavras para agradecer tudo o que aprendi nesses muitos anos de orientação. Agradeço por seu modo atencioso, pelas conversas estimulantes, pela autonomia e pela confiança para realizar este trabalho;

Ao professor Sergio Miceli, que em muitos momentos participou, de perto, de minha formação, desde a graduação até o doutorado e o estágio doutoral; aos professores e colegas do Grupo Temático "Formação do campo intelectual e da indústria cultural no Brasil contemporâneo", fundamental para trilhar algumas das discussões realizadas na tese; ao professor Laurindo Leal Filho, pela leitura atenta e pelos importantes comentários feitos em meu exame de qualificação; aos professores Alexandre Bergamo e Ana Lúcia Freitas Teixeira por toda a ajuda;

Aos professores Nadya Araújo Guimarães e Angelo Soares, pela generosa leitura que fizeram do terceiro capítulo. Seus comentários foram indispensáveis para que eu melhor azeitasse a argumentação ali desenvolvida. Com suas sugestões, senti-me mais à vontade para analisar o mundo da produção dos programas televisivos como, também, das relações de trabalho; ao Angelo agradeço ainda todo o estímulo bibliográfico desde seu curso em 2009;

À professora Sabine Chalvon-Demersay, por me receber e me orientar em meu estágio doutoral no *Centre d'Études des Mouvements Sociaux*, da *École des Hautes Études en Sciences Sociales*; ao professor Afrânio Garcia por sua calorosa acolhida e amizade; à professora Anne-Marie Thiesse pelas indicações bibliográficas e documentais; aos amigos brasileiros, de Paris, Maira Abreu, Frederico Barros, Tatiana Bina, Eduardo Marchesen, Renata Meirelles, Murilo Prates e Marcela Sander; aos amigos da biblioteca da *Fundation* 

Maison des Sciences de l'Homme – Pia Cevallos, Laura Chartain, Marion Cipriano, Idyle Abdourahman Djama, Florencia Muñoz Ebensperger, Laura Ruiz de Elvira, Oscar Ivan Garcia, Maurizio Gasparetti, Mariangela Gasparotto, Gani Jaelani, Maïssa Jalloul, Francesco Madrisotti, Costantino "Cobi Maltese", Angelo Montoni, Camila Orozco, Véli Pehlivan, Adeline Perrot, Violeta Ramirez, Nathalie Santisteban, Glauber Sezerino, Massoud Sharifi, Paola Sierra –, que animaram intelectual e culturalmente minha estadia em Paris; ao Leonardo Gomes, por me apresentar as pesquisas do grupo coordenado pela professora Vera França;

Aos amigos do grupo de estudos ainda sem nome, que compartilham minhas inquietações teóricas – Regina Cariello, Pedro Mancini, Juliana Andrade Oliveira e Mariana Thibes –, por nossas prestimosas discussões;

Aos amigos, colegas e funcionários, da Biblioteca Florestan Fernandes, que acompanharam o cotidiano de meu trabalho, Carlos e Marinês especialmente; aos funcionários do Departamento de Sociologia – Angela, Vicente e Gustavo – sempre prestativos para desenrolar os trâmites misteriosos que envolvem a burocracia acadêmica;

À professora e amiga Malu Zoega, por ser minha leitora mais crítica e exigente; à Lya Paes de Barros por acompanhar mais uma vez meus passos; à Luciana Dimitrov por me socorrer no momento final da tese;

Aos amigos Samuel Bueno e Dani Perutti, Joana Clímaco e Glauber Biazo, Rafaela Deiab e Kleber Valadares, Miguel Palmeira e Rafael Benthien, Bernardo Machado, Stefan Klein, Bruna Lima e Eduardo Altheman, Clarissa Giordano e Sandra Naxara, Eduardo Dullo, Carol Chasin e Dimitri Pinheiro, Diego Azzi e Alexandre Pires, pelo apoio afetivo e trocas estimulantes;

Aos meus pais, Marisa e Otávio, a Nadia e Pedro Dimitrov, aos meus irmãos de sangue e aos eletivos, por todo incentivo, companhia e solidariedade;

Ao Edu, pela cumplicidade neste trabalho e em tantos outros projetos de vida.

Sou grata à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela bolsa PDEE concedida para o estágio doutoral na EHESS, e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pela bolsa de doutorado disponibilizada durante todo o período no Brasil.

É nos limites, nos extremos, na periferia da realidade social que a indagação sociológica se torna fecunda, quando fica evidente que a explicação do todo concreto é incompleta e pobre se não passa pela mediação do insignificante. É nesses momentos e situações de protagonismo oculto e mutilado dos simples, das pessoas comuns, dos que foram postos à margem da História, do homem sem qualidade que a sociedade propõe ao sociólogo suas indagações mais complexas, seus problemas mais ricos, sua diversidade teoricamente mais desafiadora. São os simples que nos libertam dos simplismos, que nos pedem a explicação científica mais consistente, a melhor e mais profunda compreensão da totalidade concreta que reveste de sentido o visível e o invisível. O relevante está também no ínfimo.

José de Souza Martins

A sociologia talvez não merecesse uma hora de esforço se ela tivesse por finalidade apenas descobrir os cordões que movem os indivíduos que ela observa, se esquecesse que lida com os homens, mesmo quando estes, à maneira das marionetes, jogam um jogo cujas regras ignoram, em suma, se ela não se desse à tarefa de restituir a esses homens o sentido de suas ações.

Pierre Bourdieu

## SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO11		
INTRODUÇÃO	12	
INTRODUÇÃO	13	
1 A PESQUISADORA EM CENA: DAS INCURSÕES À PESQUISA NAS EMISSORAS DE TE	LEVISÃO E	
<u>RÁDIO</u>	26	
OUTRAS ABORDAGENS EMPÍRICAS		
2 PROGRAMAS COM PESSOAS COMUNS	46	
CASOS DE FAMÍLIA — A BUSCA POR CONVIDADOS	47	
CRIAÇÃO DE TEMAS	50	
Apresentação do programa	55	
A MISE EN SCENE EM MARCIA	58	
Quadros	59	
"A VIDA REAL MESMO NÃO DÁ IBOPE": ENTRE OS "CASOS FALSOS" E OS "CASOS VERDADEIROS"	68	
Animadoras	72	
Entre perguntas pessoais e respostas generalizantes — No Divã do Gikovate	75	
Entre a psiquiatria clínica e a divulgação: o "terapeuta midiático"	76	
O PROGRAMA	79	
QUEM VAI	84	
APROPRIAÇÕES DO DISCURSO TERAPÊUTICO	89	
Notas sobre a produção: "demanda espontânea" e "sistema de produção da exibição"	93	
3 "GAROTAS DE PROGRAMA": PRODUÇÃO DO AUDITÓRIO E DO PALCO	98	
PREÂMBULO: CONSTRUÇÃO DE REFERÊNCIAS	99	
SOBRE AS CARAVANAS E AS CARAVANISTAS	102	
SER CONTATO	121	
INTEGRANTES DA CARAVANA, PARTICIPANTES DA PLATEIA	125	
DONA MADIENE E CIADA	128	

PL	ATEIA — ESPAÇOS DE CRIAÇÃO E DE INTERAÇÃO
ΑL	GUMAS CONSIDERAÇÕES ACERCA DA PRODUÇÃO TELEVISIVA136
<u>4</u>	CONVIDADOS DO PALCO NA TV138
SE	NTIDOS DA PARTICIPAÇÃO NO PALCO141
R\$	80, o cachê
M	NSAGEM PARTICULAR - VINGANÇA
LE	GITIMAÇÃO E DESABAFO
M	NSAGEM COLETIVA
PE	DIDO DE MUDANÇA: "QUEM SABE É O DIA DA SORTE?"
Ins	ERÇÃO NO MUNDO ARTÍSTICO
CA	sa, Camarim, Coxia, Palco169
PR	EPARAÇÃO PARA A GRAVAÇÃO, ENTRE O CAMARIM E O PALCO
ΕN	TRAR EM CENA: "FALTOU VOZ"
Αı	PLATEIA EM EVIDÊNCIA: A PLATEIA TAMBÉM É PALCO
RE	PERCUSSÃO DA EMISSÃO
<u>5</u>	PARTICIPANTES DA PLATEIA EM NO DIVÃ DO GIKOVATE185
CA	RACTERÍSTICAS GERAIS DE COMPOSIÇÃO DAS PLATEIAS187
DF	. GIKOVATE, COMO UM "FAST FOOD" DA PSICANÁLISE192
"V	OU SEMPRE PARA OUVIR" E "EU QUERIA SER O GIKOVATE"204
U	//A LINGUAGEM FEMININA211
<u>6</u>	CONSIDERAÇÕES FINAIS
RE	FERÊNCIAS221

### Apresentação

A chamada literatura de autoajuda há algum tempo constituiu-se como tema de meu interesse e tem sido foco de minhas análises. É notável a pluralidade da oferta e a demanda de livros dedicados a aconselhar as pessoas nas diferentes esferas da vida social em busca de sucesso, bem estar e equilíbrio.

Em minha pesquisa de Mestrado, estudei essa literatura voltada à educação, destinada a pais e professores. Naquela ocasião, tratei do discurso dos especialistas da subjetividade, sendo ele entendido como uma diluição e simplificação do discurso científico e especializado destinado ao grande público. Interessava-me a mediação desse discurso nas relações tecidas entre pais e filhos e professores e alunos.<sup>1</sup>

A ansiedade e a insegurança sentidas pelos educadores, de um lado, e a oferta de orientações que veiculavam uma educação "adequada" e "equilibrada" das crianças, de outro, eram os pontos de partida para entender as bases da legitimidade desse discurso.

Consegui expandir o escopo de análise nomeando como especialistas da subjetividade os autores considerados de autoajuda, pois embora fossem profissionais com formações em áreas distintas (na Psicologia, na Medicina, na Filosofia e Educação), tinham uma atuação social semelhante. Eles não escrevem somente livros, mas também artigos em jornais e revistas; possuem programas de rádio e televisão, páginas pessoais e blogs na internet; participam de "bate-papos" online, bem como dão assessorias e ministram palestras em escolas e empresas. Suas falas e escritos buscam responder à demanda dos pais e dos

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> O título de minha dissertação é "S.O.S. Família e Escola: um estudo sobre a mediação dos 'especialistas da subjetividade' no processo educativo". Essa pesquisa foi realizada entre os anos de 2004 e 2006, sob a orientação da Profa. Dra. Irene de Arruda Ribeiro Cardoso, no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Em 2011, essa dissertação ganhou a forma de livro, lançado pela Editora Humanistas com o auxílio da FAPESP.

professores, com dicas, orientações e aconselhamentos, tentando solucionar o que é vivido como conflituoso e sem sentido na relação com filhos e alunos.

Mobilizei outros recortes históricos em configurações sociais nas quais também havia a mediação de especialistas nas esferas da família e da escola, para objetivar as particularidades do fenômeno social estudado. Uma delas dizia respeito à legitimação dos especialistas da subjetividade diante de seu público, vinda da circulação pelos meios de comunicação e pelo mercado de palestras e assessorias.

Ao analisar enunciados desse discurso, retirados da produção desses especialistas, pude perceber uma racionalização da vida emocional e afetiva, bem como um tratamento publicizado conferido a assuntos privados.

Como dizer para uma criança de pouca idade, por exemplo, que seus pais se separaram? Cada conflito é elucidado pontual e imediatamente, bastaria à pessoa seguir a orientação dada, como se estivesse isolada no mundo social. Esse discurso coloca no indivíduo a responsabilidade por seu sucesso ou fracasso, fornecendo-lhe uma explicação racionalizada sobre o existente: serve-lhe, então, em nome de uma vida equilibrada, como instrumento para sua previsão e transformação. A reflexão acerca de sua mediação não permitiu, contudo, abordar como tais aconselhamentos organizam concretamente, nas interações sociais cotidianas, as ações e disposições para agir dos indivíduos que os consomem.

Desse modo, a pesquisa que deu origem a este texto tencionou dar continuidade à análise desenvolvida a respeito da produção, circulação e consumo do discurso dos especialistas da subjetividade, abrangendo, agora, outras esferas da vida social, não só o campo educacional: além dessa abrangência, voltei-me também aos agentes dessa relação. Busco compreender, assim, se e como esse discurso social é apropriado pelos agentes e significado por eles.

O tema dessa nova investigação é a exposição de questões íntimas, isto é, os problemas, conflitos e incertezas – que pertenceriam ao âmbito privado, à esfera íntima da vida de uma pessoa – trazidos a público. A intenção é desenvolver aspectos acerca da individualidade e da sociabilidade, apenas apontados na dissertação de Mestrado.

### Introdução

A exposição da intimidade foi o tema norteador desta pesquisa. Para abordá-lo, foram objetos privilegiados os programas na televisão e no rádio com auditório que contam com a participação da plateia ou de convidados desconhecidos do grande público, uma vez que as relações entre aquele que demanda a ajuda e o especialista no palco são tecidas de maneira direta: o pedido de ajuda é formulado mais explicitamente, assim como a explicação e as soluções fornecidas.

Diante dessas emissões que mostram histórias e depoimentos de pessoas comuns<sup>2</sup> (anônimas), indaga-se: "Qual a razão de elas contarem, nesses programas, histórias pessoais e de seus familiares diante de especialistas, sobretudo psicólogos, no palco? Quais seriam as motivações em jogo para falar, voluntariamente, de dramas e conflitos do foro íntimo? Que sentidos atribuem à participação?". Algumas emissões com tal temática, veiculadas por diferentes mídias, compuseram o recorte empírico deste trabalho.

Transmitido no período da tarde pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), o programa de auditório *Casos de Família* discute problemas cotidianos vividos por "cidadãos comuns". A cada dia da semana, um tema é tratado, por meio dos relatos de pessoas que são convidadas. Distribuídas em poltronas no palco, cujo cenário é o de uma sala de estar, três ou quatro duplas de pessoas – pais e filhos, casais, sogros e noras/genros, amigos e vizinhos – são os participantes. Na Rede Bandeirantes de Televisão, há uma emissão semelhante a essa, veiculada na mesma faixa horária e apresentada por Márcia Goldschmidt. Cada episódio reúne quadros com assuntos diferentes, dando evidência a um conflito protagonizado por duplas ou trios. Há ainda um programa de rádio, da Central Brasileira de Notícias (CBN), gravado no Teatro Eva Herz, apresentado pelo Dr. Flavio Gikovate. Em *No Divã do Gikovate*,

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Para definição de pessoas comuns, ver capítulo 2 "Programas com pessoas comuns".

integrantes do auditório fazem questões não só sobre relacionamentos familiares e profissionais, mas também sobre psicopatologias e medicações, diretamente ao médico e psicoterapeuta.

Logo no início desta pesquisa, antes mesmo de entrar em contato com o universo da produção dessas emissões, eram notórios os contrastes entre os conteúdos veiculados pela televisão e a apresentação nos sites das emissoras (do SBT e da Bandeirantes), bem como entre os conteúdos das gravações no teatro, veiculados posteriormente pela CBN, e dos episódios televisionados. As descrições na internet fornecidas pelas emissoras referiam-se aos programas como se eles contribuíssem com a resolução de conflitos, por meio de comentários dos especialistas presentes, enquanto que, para o grande público, eram considerados "programas populares", que mostravam "barracos" e, até mesmo, intrigas armadas pela equipe de produção. Essa pecha os distanciava das emissões realizadas no teatro, que, embora também divulgassem conflitos seguidos de conselhos, eram destinados a um grupo social mais abastado, no qual não haveria "baixarias".

Esses contrastes, além de sugerirem diferenças sociais entre os participantes de um e outro programa, bem como entre os aconselhamentos que lhes eram direcionados, indicavam uma multiplicidade de significações — mobilizadas por esses participantes — ao darem voluntariamente publicidade a assuntos tidos como privados.

O trabalho de campo realizado junto às emissoras de rádio e televisão consistiu em observar as gravações de *No Divã do Gikovate*, realizadas mensalmente no teatro da Livraria Cultura do Conjunto Nacional, em São Paulo; observar as gravações de *Casos de Família* e participar delas, na coxia e na plateia, assim também na plateia das gravações de *Márcia*; acompanhar o trabalho de suas equipes de produção; entrevistar esses profissionais, bem como alguns participantes do palco e da plateia dos três programas. Essa investigação confirmou a complexidade desses "mundos sociais" e, consequentemente, os diferentes sentidos atribuídos pelos seus integrantes.<sup>3</sup>

Os universos estudados – nichos da indústria cultural brasileira – puderam ser mais bem circunscritos e problematizados pela noção de "mundo social" concebida por Strauss (1992). Seriam recortes do mundo social da televisão e do rádio. Diz o autor:

Qual seja a ideia que mundos sociais possa essencialmente remeter a de universos de discursos [...] devemos estar atentos para não nos restringirmos à simples

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Em relação à emissora Bandeirantes, a pesquisa de campo foi feita nos meses de novembro e de dezembro de 2009, bem como em junho de 2010. No SBT, ela aconteceu em dezembro de 2009; em abril e julho de 2010; em março, abril, agosto e setembro de 2011. Já as idas ao Teatro Eva Herz foram frequentes entre maio de 2008 e maio de 2011.

observação das formas de comunicação, da simbolização, dos universos de discurso, porém também devemos examinar os fatos palpáveis como as atividades, os pertencimentos, os lugares, as tecnologias e as organizações específicas a mundos sociais particulares (STRAUSS, 1992, p. 272, tradução nossa). <sup>4</sup>

Com essa formulação, Strauss sugere a articulação de duas abordagens distintas, ou – poder-se-ia dizer – de dois níveis de análise: um deles mais estrutural, do sistema de produção das emissões e do discurso que o orientaria e, outro, próximo aos indivíduos que atuam nessa produção. Uma das preocupações da presente pesquisa foi justamente harmonizar essas abordagens: ao descrever "fatos palpáveis" das interações no interior desses mundos sociais, analisar e compreender o que estava em jogo nas produções dos bens culturais – tanto quais eram as motivações, as constrições das ações, e os sentidos atribuídos a elas pelos agentes sociais, quanto o discurso veiculado nas emissões.

Os produtores da televisão elaboram temas e buscam seus convidados em diferentes bairros de São Paulo e municípios vizinhos. Procuram assim pessoas dispostas a falar de si a partir de uma pauta previamente criada. Já na gravação do teatro, as pessoas têm acesso "livre" à livraria Cultura e ao teatro, em seu interior. Elas colocam perguntas ao psicoterapeuta, não havendo uma pauta (tal qual na TV) a orientar as falas.

Apenas com esse simplificado resumo do processo de produção, seria possível indagar a veracidade ou falsidade das histórias trazidas, sua autenticidade ou armação delas. Em que medida, portanto, seria possível afirmar que os participantes de *No Divã do Gikovate* seriam mais autênticos ao contar suas histórias em relação aos convidados de *Márcia* ou de *Casos de Família*? Ao serem escolhidas a partir de uma pauta pré-estabelecida, as narrações dos convidados da TV estariam mais próximas de histórias falsas ou de verdadeiras?

Assim, ao buscar os "fatos palpáveis" da produção, a questão da veracidade ou armação colocou-se de imediato. Era um dos primeiros aspectos a ser lembrado em conversas informais nas emissoras e entrevistas a respeito dos programas de TV, porém não mencionados em relação à emissão de rádio.

Seguindo a teoria do sociólogo canadense Erving Goffman, não caberia definir as histórias contadas a partir das dicotomias "verdadeiro" ou "falso", "autêntico" ou "armado". A perspectiva goffmaniana permite a construção de outra abordagem para essas questões.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> « Quoique l'idee de mondes sociaux puisse essentiellement renvoyer à des univers de discours [...] nous devrions être attentifs à ne pas nous confiner à la simple observation des formes de communication, de symbolisation, des univers de discours, mais nous devrions aussi examiner des faits palpables comme des activités, des appartenances, des sites, des technologies et des organizations spécifiques à des mondes sociaux particuliers ».

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> A questão a ser colocada é acerca de quem são as pessoas que frequentam esses espaços, a princípio "abertos" a qualquer um que queira participar. Este tópico será discutido adiante.

Para ele, em qualquer interação social, isto é, numa interação que ocorra "em qualquer ocasião, quando, num conjunto de indivíduos, uns se encontrarem na presença imediata de outros" (GOFFMAN, 2005, p. 23), os *atores sociais representam papéis* e se preocupam com sua *performance* diante dos outros. Um "desempenho" (ou uma performance), nos termos do autor, "pode ser definido como toda atividade de um determinado participante, em dada ocasião, que sirva para influenciar, de algum modo, qualquer um dos outros participantes" (2005, p. 23). Não é à toa que lança mão da linguagem teatral para nomear noções de sua teoria sociológica. Contudo, ele não está interessado nos aspectos do teatro evidenciados na vida cotidiana, e sim na estrutura dos encontros sociais.<sup>6</sup>

O indivíduo é concebido por Goffman como portador de dois papéis: é, por um lado, um *ator*, "um atormentado fabricante de impressões envolvido na tarefa demasiado humana de encenar uma representação" e, por outro, um *personagem*, "tipicamente uma figura admirável, cujo espírito, força e outras excelentes qualidades a representação tinha por finalidade evocar" (2005, p. 230-231). O sociólogo separa analiticamente, portanto, o ator social dos personagens por ele representados, destacando com essa separação a relevância da interação e dos outros atores implicados na interação ("observadores") para que um determinado personagem possa ser bem representado. A interação é um jogo em que cada ator evoca um personagem e induz os outros a terem impressões adequadas a seu respeito. Diz ele:

Embora esta imagem [do personagem] seja acolhida com relação ao indivíduo, de modo que lhe é atribuída uma personalidade, este 'eu' [personagem] não se origina do seu possuidor, mas da cena inteira de sua ação, sendo gerado por aquele atributo dos acontecimentos locais que os torna capazes de serem interpretados pelos observadores. [...] Ao analisar o 'eu', então, somos arrastados para longe de seu possuidor, da pessoa que lucrará ou perderá mais em tê-lo, pois ele e seu corpo simplesmente forneceram o cabide no qual algo de uma construção colaborativa será pendurado por algum tempo (GOFFMAN, 2005, p. 231).

Na interação, os indivíduos *atuam* criando *personagens* adequados para as diferentes situações. Cada indivíduo, nos encontros face a face, está preocupado em controlar suas "fabricações", as expressões emitidas, e o que foi percebido pelos outros atores presentes, a fim de salvaguardar as impressões causadas neles e, assim, tentar direcionar-lhes a conduta.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Diz Goffman: "a estrutura daquelas entidades da vida social que surgem sempre que as pessoas entram na presença física imediata umas das outras. O fator fundamental nesta estrutura é a manutenção de uma única definição da situação, definição que tem de ser expressa, e esta expressão mantida em face de uma grande quantidade de possíveis rupturas" (2005, p. 233).

Um "consenso operacional" a respeito da interação é buscado pelos atores e lhes orienta a conduta (2005, p. 22 e 18). <sup>7</sup>

Nas palavras de Gilberto Velho,

pode-se dizer que a construção social da realidade se dá via uma negociação mais ou menos explícita entre os atores envolvidos. Certamente há distâncias e diferenças entre o que está implícito e uma verbalização que expresse, de modo consciente, interesses, desejos e vontades. [...] A apresentação do self é construída para enviar mensagens e informações que transmitam determinada imagem desejável sob o ponto de vista do ator (VELHO, 2008, p. 147). 8

A percepção de realidade criada por uma representação é, no entanto, frágil e delicada, sendo facilmente "quebrada" por qualquer contratempo. Segundo Velho, "o risco de falsa percepção e mal-entendido é permanente, pairando como um fantasma sobre toda e qualquer interação" (2008, p. 147). É por esse motivo que Goffman destaca o autocontrole dos atores para manter o consenso a respeito da interação que desenvolvem. Eles procuram oferecer aos participantes da interação (aos outros atores, aos quais se dirigem, e ao "público" que assiste a eles) uma impressão "idealizada", no sentido de que reforçam alguns fatos e ocultam outros, ou seja, manipulam a sua identidade. Ademais, os atores mantêm a coerência expressiva para evitar desacordos sobre a interação. Haveria, para o sociólogo canadense, portanto, as "coações da interação"

que agem sobre o indivíduo e transformam suas atividades em representações. Em lugar de meramente realizar sua tarefa e dar vazão a seus sentimentos, expressará a realização de sua tarefa e transmitirá de modo aceitável seus sentimentos. Em geral, portanto, a representação de uma atividade diferirá da própria atividade e por conseguinte inevitavelmente a *representará falsamente*. E como se exige do indivíduo que confie nos sinais para construir uma representação de sua atividade, a imagem que construir, por mais fiel que seja aos fatos, estará sujeita a todas as rupturas a que as impressões estão sujeitas (GOFFMAN, 2005, p. 66, grifos nossos).

Em outros termos, existiria uma "falsidade" quando os indivíduos interagem, na medida em que seguiriam padrões de ações previamente (e socialmente) estabelecidos, manipulariam a "fachada" pessoal e responderiam às expressões dos outros atores.

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Para referir-se a essa *manipulação do controle expressivo*, Goffman utiliza o controle da "fachada". O autor a compreende como: "a parte do desempenho do indivíduo que funciona regularmente de forma geral e fixa com o fim de definir a situação para os que observam a representação. [...] É o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação" (2005, p. 29). Em *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada* (1988), Goffman estuda essa manipulação da identidade, porém em situações em que um ou mais atores da interação portam um "estigma", alguma característica, marca ou traço que, em alguma medida, inabilita-os a serem socialmente aceitos frente a outros considerados "normais". Ele discute no livro as estratégias usadas pelos estigmatizados ao interagir com os "normais", no entanto evidencia que se trata dos mesmos recursos de manipulação da identidade usados cotidianamente por todos os atores.

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> "A informação a respeito do indivíduo serve para definir a situação, tornando os outros capazes de conhecer antecipadamente o que ele esperará deles e o que dele podem esperar. Assim informados, saberão qual a melhor maneira de agir para dele obter uma resposta desejável" (GOFFMAN apud VELHO, 2008, p. 147).

"Falsidade" que poderia ser entendida como uma construção paulatina da realidade, ou seja, as ações e reações dos atores aos diferentes constrangimentos presentes na interação.

O diretor de cinema Eduardo Coutinho, reputado por seus documentários, recoloca essa dubiedade das interações sociais, apontadas por Goffman em relação ao indivíduo enquanto ator social e personagem, numa de suas produções. *Jogo de Cena* 9 mostra narrativas de mulheres anônimas e também de atrizes conhecidas acerca de suas histórias pessoais, sobretudo, a maternidade. A partir desse suporte, uma produção filmica, evidencia a fluidez entre a representação de uma atriz, a qual encena uma história para uma produção ficcional, e a experiência relatada de uma pessoa "real", uma "testemunha", que conta sua história "autêntica", posto que vivida.

Com essa trama, nubla as convenções conhecidas do grande público do filme documental – de trazer "a realidade" –, que não se confundiria com uma produção ficcional. A montagem de *Jogo de Cena* refaz essas interligações entre atriz e pessoa comum, "real": mostra, logo na primeira sequência, o anúncio colocado num jornal convidando mulheres interessadas em contar sua história para a produção do filme. Por meio de imagens, narra o início da produção: conta ao telespectador como teria se dado a construção do filme – e ele não seria, portanto, uma ficção justamente por trazer a público depoimentos de mulheres "reais".

As gravações desses depoimentos acontecem no Teatro Glauce Rocha, no Rio de Janeiro. Ao mostrar mulheres comuns (e não atrizes) no palco, o diretor joga com as fronteiras entre "realidade" e "ficção", entre "representação" e "relato autêntico/testemunho", pois seriam histórias "reais" rememoradas e revividas num palco de teatro. Por outro lado, numa sequência posterior, Coutinho mescla esses depoimentos com outros, feitos por atrizes. Desse modo, trechos de alguns depoimentos das atrizes são entrecortados pelos das pessoas comuns, de sorte que o telespectador toma conhecimento da história narrada por meio da fala das duas figuras. Há, outra vez, um jogo: indaga-se a autoria do relato. Outros depoimentos são mostrados integralmente em duas sequências distintas, narrados primeiramente por uma atriz e, depois, pela suposta "testemunha", e vice-versa. A montagem dos depoimentos faz com que o telespectador pergunte se de fato é uma história vivida pela atriz ou se ela a representa; por

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Jogo de Cena (Brasil, 2007, 105 min.).

outro lado, se aquelas mulheres desconhecidas do grande público eram também atrizes e/ou (re)vivenciaram suas histórias. <sup>10</sup>

Assim como o filme de Coutinho, a produção dos programas aqui estudados permite matizar as fronteiras entre "histórias verdadeiras" e "histórias falsas". Considerando, assim, a perspectiva goffmaniana para analisar o mundo social da televisão e o do rádio, é possível a concepção de outra abordagem para essa questão da veracidade ou falsidade no conteúdo das emissões. Se forem entendidas no contexto da interação em que foram construídas – histórias experienciadas em casa, na plateia, no camarim, no palco – caberia indagar, em cada uma delas, a respeito dos atores e dos constrangimentos dessas situações sociais. O que mobilizava os atores sociais a se expressarem? Como se expressavam? Que coações estavam implícitas nas interações? A que coações eles reagiam? Essas são algumas das indagações que guiam a reflexão nos próximos itens.

Outra questão a orientar a pesquisa aqui empreendida, também presente de alguma maneira no documentário de Eduardo Coutinho, diz respeito à difusão da ideia de que "todas as vidas merecem igualmente ser contadas". <sup>11</sup> Dito de outro modo, a visibilidade (e a legitimidade) que depoimentos de pessoas comuns ganham em diferentes mídias. <sup>12</sup>

A legitimidade que histórias pessoais e familiares passam a ter ao ser narradas publicamente é tema da reflexão de Annette Wieviorka (2006). Para construir a ideia de uma

<sup>&</sup>lt;sup>10</sup> Há inúmeras produções fílmicas baseadas em histórias reais, em que atores reencenam depoimentos de pessoas comuns – por exemplo, o filme de João Jardim *Amor?* (Brasil, 2011, 100 min.). Há aquelas em que as "testemunhas" relatam e reencenam, elas próprias, as suas experiências como no documentário *Shoah* (França, 1985, 613 min.), de Claude Lanzmann. Eduardo Escorel, em 2009, ofereceu um seminário – "Observação, testemunho, memória: vertentes do cinema documentário" –, realizado no Cinema da USP Paulo Emílio (Cinusp), no qual discutia o uso de depoimentos e a participação de testemunhas em filmes chamados "documentais".

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> Minha tradução de um pequeno trecho da reportagem "Le goût pour les récits de vie", publicada no Le Monde, em 1982, "the idea has taken hold that all lives equally deserve to be told" (GAUSSEN apud WIEVIORKA, 2006, p. 97).

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> Vale lembrar, entre outras produções contemporâneas aos programas aqui estudados que poderiam ser mencionadas, a telenovela da Rede Globo, *Viver a Vida*, de Manuel Carlos, exibida na faixa das 21h, entre setembro de 2009 e maio de 2010. A trama central girava em torno da recuperação de uma modelo, protagonizada por Alinne Morais, e sua adaptação à vida de cadeirante, após um acidente que a deixara tetraplégica. O mais importante é que, ao final de cada episódio, era veiculado um breve depoimento, de cerca de três minutos, realizado, sobretudo, por pessoas anônimas. Eram depoimentos de "superação", como o do pianista e regente João Carlos Martins, em que contava sua doença, a impossibilidade (momentânea) de tocar piano e, com seu esforço, a transformação (e superação) dessa situação com sua volta aos palcos. Nesse mesmo período, foi transmitido, no canal pago HBO, *In Treatment*, uma adaptação estadunidense do seriado *Be Tipul*, produção israelense de 2005. A série retratava as sessões de terapia de quatro pacientes de Paul Weston (o psicoterapeuta dessa versão). Cada episódio trazia uma sessão que aconteceria num dia da semana em particular, sendo mostrada também a de supervisão, quando Paul iria a sua psicoterapeuta. Esse seriado foi posteriormente produzido no Brasil e veiculado pelo GNT, em 2012, com o nome de *Sessão de Terapia*. Ainda que possuam formatos diferentes – os depoimentos ao final dos capítulos da novela e os episódios do seriado –, ambos tratam de temáticas semelhantes, quais sejam, a exposição da vida afetiva e a superação de conflitos emocionais.

era do testemunho, ela lança mão de um conjunto volumoso de depoimentos a respeito do Holocausto: segundo ela, o evento histórico que mais gerou testemunhos em termos de quantidade, variedade e duração no tempo. Ao recuperar historicamente esses depoimentos, mostra como mudaram aqueles que eram legitimados a testemunhar, bem como as formas de registro, os sentidos e os usos atribuídos aos testemunhos.

A autora desenha detalhadamente três configurações históricas com o intuito de mostrar a emergência social da figura da testemunha e a valorização do testemunho. <sup>13</sup> O contexto que mais interessa para a reflexão aqui feita é aquele que teve maior profusão desses depoimentos, entre o final dos anos 1970 e início dos 1990. Como um movimento concomitante, a autora assinala a emergência nesse período, no rádio e, depois, na televisão, de emissões com depoimentos de pessoas comuns que falam de sua intimidade publicamente. É como se o conteúdo do testemunho se descolasse desses eventos históricos trágicos e passasse a ser valorizado por ele mesmo – qualquer história de vida poderia (e mereceria) ser dita.

A ideia aqui pressuposta é a de tomar as participações dos integrantes dos palcos e das plateias como testemunhos de certa configuração social, isto é, testemunhos de um grupo social em particular no qual as pessoas estão inseridas, uma vez que há uma "base comum", nos termos de Halbwachs, entre os que participam de e aqueles que consomem esses bens culturais. Como será mostrado ao longo da análise apresentada a seguir, há uma circularidade entre participantes no palco e/ou na plateia e aqueles que assistem a (ou ouvem) essas emissões. Assim, o "teor testemunhal", conceito desenvolvido por Seligmann-Silva, desses

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> A primeira configuração diz respeito aos testemunhos feitos durante ou logo após a Segunda Guerra, tanto por aqueles que morreram quanto por sobreviventes ao Holocausto. Seriam memórias, sobretudo, pessoais e individuais que, somente depois de ganharem publicidade, passariam a ter uma significação social e política, como quando foram usados em julgamentos. Os testemunhos no julgamento de Eichmann, ocorrido no início dos anos 1960, são centrais na reflexão acerca da segunda configuração, a qual a autora nomeia "o advento da testemunha". Muitos desses depoimentos usados no julgamento não tinham uma relação direta com o acusado. Eles foram mobilizados para que se tomasse conhecimento das atrocidades cometidas naqueles anos, e não somente com o intuito de criminalizá-lo. A figura da testemunha sobressaiu à do acusado. O Holocausto foi, assim, levado à esfera pública, isto é, em diferentes países, por exemplo, passou a ser ensinado nas escolas, e museus memoriais foram criados. Na terceira configuração, entre o final dos anos 1970 e início dos 1990, houve uma grande produção audiovisual de testemunhos, coletados sistematicamente e arquivados em diferentes instituições. Esse material foi tanto utilizado para a produção de séries televisivas, peças de teatro e filmes, quanto foi estudado na academia, sendo objeto de cursos, seminários, artigos e livros. Sobre essa profusão de depoimentos, Wieviorka destaca a necessidade de essas testemunhas (muitas já idosas e com netos) deixarem um registro pessoal, singularizando-se frente a uma memória coletiva (cf. WIEVIORKA, 2006).

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Essa expressão de Maurice Halbwachs está em "Memória, Esquecimento e Silêncio" (POLLAK, 1998, p. 4). Agradeço a Eduardo Dullo, a indicação deste e de outros textos, tal qual o de Seligmann-Silva mencionado a seguir, acerca deste tópico.

bens culturais será sublinhado, pois é como se ele objetivasse em sua realização as pessoas envolvidas, o formato do programa e contexto de sua produção. <sup>15</sup>

A socióloga Dominique Mehl estuda algumas emissões das décadas de 1980 e 1990, na televisão francesa, que mostram testemunhos. Elas apresentam anônimos que contam seus desentendimentos conjugais e problemas familiares para especialistas e apresentadores no palco. A despeito da distância temporal (quase trinta anos), é possível afirmar que elas possuem, de modo geral, uma temática semelhante à das emissões brasileiras. São, por exemplo, depoimentos que revelam a intimidade sexual e afetuosa de um casal ou a relação conflituosa entre gerações de uma família. 17

Ainda que sejam muitas as diferenças entre as emissões brasileiras e francesas, por ora não convêm explicitá-las. O importante a ser destacado é, segundo Mehl, a divulgação da "cultura psi", extensão e diversificação da abordagem psicológica realizada por meio desses programas de televisão – e, poder-se-ia acrescentar, de algumas emissões de rádio também. Diz a socióloga:

Na França, a extensão da cultura psi a todas as gerações e a todos os meios sociais contrasta, ao contrário, com a fraca difusão da prática e a falta de vigor das instituições que se ocupam do mal-estar comum. A televisão, desde então, inscrevese nesse hiato. Pretendendo mitigar essas carências, ela participa, a seu modo, do movimento contemporâneo de extensão e diversificações da abordagem psicológica (MEHL, 1996, p. 102, tradução nossa). 19

No Brasil, os programas aqui estudados também contribuem para a divulgação de certa "cultura psi". O formato da emissão do SBT foi comprado por Silvio Santos de um grupo peruano, embora, de acordo com a assistente de direção deste programa, Monique, fosse uma forma antiga com versões produzidas nos Estados Unidos:

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Seligmann-Silva afirma que toda "produção cultural" possuiria um "teor testemunhal," na medida em que fundisse "autor', texto e temporalidade" (2010, p. 7). Sobre o conceito "teor testemunhal", ver o artigo do autor "O local do testemunho" (2010), especialmente a nota xii.

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Alguns dos programas estudados por ela em *La Télévision de l'Intimité* (1996) são: *Perdu de vue*, *L'Amour en danger*, *Mea culpa*, *Témoin numéro un*, *Bas les masques*. Alguns desses episódios estão arquivados na Inathèque, em Paris, e podem ser consultados.

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> Não é somente aqui que uma aproximação entre esses programas é realizada. Elisa Gomes lembra a relação feita por Beylot, entre *Casos de Família* e algumas das emissões francesas citadas. Diz ela: "O que *Casos de Família* e reality shows, como *Perdidos de Vista, Testemunha Número 1* ou *O Amor em Perigo*, assinalam não é só uma cumplicidade com o público, ou um compartilhamento de sentimentos e histórias íntimas, ou ainda uma proximidade com o cotidiano dos telespectadores. É mais do que isso, eles criam a ilusão (ou não) de um contato com os problemas das pessoas, transmitem a sensação de que a televisão se importa com elas, com seus problemas e tenta resolvê-los (Beylot, 1997)." (GOMES, 2007, p. 39).

<sup>&</sup>lt;sup>18</sup> Essa discussão será feita adiante (ver p. 142 e seguintes).

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> « En France, l'extension de la culture psy à toutes les générations et à tous les milieux sociaux contraste, au contraire, avec la faible diffusion de la pratique et le manque de vigueur des instituitions de prise en charge du mal-être ordinaire. La télévision, dès lors, s'inscrit dans ce hiatus. En prétendant pallier ces carences, elle participe, à sa façon, au mouvement contemporain d'extension et de diversifications de l'approche psy ».

Olha, na realidade esse programa segue a forma de um programa peruano chamado Mônica que o Sílvio Santos foi participar de uma feira de televisão latino-americana e comprou essa forma deles, que é uma forma que já existe há muito tempo. Já foi feito aqui, anteriormente, era o programa da Márcia. Têm uns programas feitos nos Estados Unidos que são bem antigos, mas ele comprou essa forma desse grupo de peruanos. Eles vieram para o Brasil instalar o programa, isso foi... eu cheguei aqui em fevereiro de 2004, eles chegaram aqui acho que foi em janeiro de 2004 para implementar esse projeto. Eles ficaram uns 6, 7 meses agui até eles ensinarem toda a técnica de ir atrás dos casos, o posicionamento da apresentadora e depois eles foram embora. A gente fez algumas mudanças porque a gente achava que talvez com a televisão peruana funcionasse aquilo, mas que para nós não funcionaria e aí demos sequência e o programa já está há mais ou menos 2 anos e meio no ar. [...] Geraldo, Lerry King, a própria Oprah, no começo, e a Ricki Lake são esses programas, que têm nos Estados Unidos há muito tempo, e que é a mesma forma da Mônica, no Peru, e que é vendido para vários países da América Latina (MONIQUE apud GOMES, 2007, p. 43 e 44). 20

Esse formato de programa consiste em não apenas "reunir pessoas em torno de um determinado assunto para criar o debate e dramatizar as situações dos envolvidos" (GOMES, 2007, p. 44), como difundir um "estilo afetivo terapêutico", segundo Eva Illouz.<sup>21</sup> Nesse sentido, *Márcia*, produzido pela Bandeirantes, filiar-se-ia a essa "linhagem", assim como a emissão de rádio do Dr. Gikovate, por também divulgar histórias pessoais e orientações psicoterapêuticas ao grande público.<sup>22</sup>

É possível afirmar, portanto, que esses três bens culturais são versões brasileiras de formatos que circulam em países da Europa, da América Latina e nos Estados Unidos, reforçando a ideia de uma indústria cultural brasileira que se apropria de – e faz circular – versões dessas produções ao público nacional.

<sup>20</sup> Todos os nomes dos entrevistados foram mudados. Somente identifiquei as figuras públicas: os psicoterapeutas Dr. Flavio Gikovate, Dra. Anahy D'Amico, Dr. Ildo Rosa da Fonseca, além das apresentadoras Christina Rocha, Regina Volpato e Márcia Goldschmidt.

.

<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> Illouz lança mão dessa expressão "para designar as maneiras pelas quais a cultura do século XX ficou 'preocupada' com a vida afetiva, com sua etiologia e morfologia, e concebeu 'técnicas' específicas linguísticas, científicas, interativas - para apreender e gerir esses sentimentos. O estilo afetivo moderno foi moldado, sobretudo (embora não exclusivamente), pela linguagem da terapia, que emergiu num período relativamente curto entre a Primeira e a Segunda Guerra Mundiais" (2011, p. 14), tendo se solidificado e se disponibilizado, nos Estados Unidos, depois dos anos 1960 (cf. ILLOUZ, 2008, p. 15). Para a autora, esse "estilo terapêutico" está profundamente relacionado à divulgação da psicanálise naquele país, nas primeiras décadas do século XX. Diz: "tratou-se de um novo conjunto de práticas culturais que, por estarem na posição singular de se situarem no âmbito da produção científica e nos campos gêmeos das culturas da elite e popular, reorganizaram as concepções do eu, da vida afetiva e até das relações sociais. [...] o discurso terapêutico 'reformulou o nível mais profundo dos símbolos da identidade', e foi por meio desses símbolos identitários que se deu a reformulação de um novo estilo afetivo" (2011, p. 15). A legitimidade do discurso terapêutico viria, segundo a autora, da circulação simultânea em canais especializados e formais do conhecimento científico, bem como nas indústrias culturais – cinema, imprensa escrita popular (jornais e revistas), mercado editorial (livros), televisão. Em Saving the Modern Soul, Illouz privilegia a análise da circulação desse discurso pelas indústrias culturais, examinando como ele foi sendo incorporado em diferentes esferas da vida social (no mundo das corporações, na família, nas práticas de autoajuda) e organizou as relações sociais no interior de cada uma dessas esferas (cf. ILLOUZ, 2008).

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> Tal como as emissões da TV, *No Divã do Gikovate* é inspirada numa produção estadunidense chamada *Sexually Speaking*, apresentado pela médica e "terapeuta psicossexual" Dra. Ruth Westheimer.

Para um espectador atento, é quase evidente que os conteúdos veiculados – as histórias e os conflitos apresentados – variam de acordo com os especialistas presentes e o público envolvido – pessoas que participam (na plateia e/ou no palco) e assistem aos programas. Ademais, esse "estilo afetivo terapêutico" também apresenta nuances nas emissões de TV e rádio, suscitando, nos termos de Illouz, "práticas culturais" distintas. A pesquisa empírica, apresentada a seguir, permitiu qualificar essas diferenças. O público que frequenta as gravações no teatro da livraria é, em muito, distinto – em termos de escolaridade, inserção no mercado de trabalho, faixa etária, sexo, lugar de nascimento, bairro em que reside – daquele que frequenta as emissoras de TV. Nos termos de Bourdieu (2001), seriam grupos sociais que possuiriam capitais econômico, social e cultural diferentes, também esquemas de percepção ou *habitus* diferentes.<sup>23</sup>

Seriam grupos sociais que também possuiriam "competências afetivas" diferenciadas, nos termos de Illouz. De acordo com seu entendimento, a competência afetiva é

consciência de si, capacidade de identificar os próprios sentimentos e falar deles, capacidade de ter empatia com a posição um do outro e de encontrar soluções para os problemas. [...] Em outras palavras, a competência afetiva não é só uma forma de capital que pode ser convertida em capital social ou em progresso na esfera do trabalho, mas pode também ser um recurso para ajudar pessoas comuns da classe média a atingirem uma felicidade comum na esfera privada (2011, p. 100).

Inspirada em leituras da obra de Freud, Illouz afirma que a competência afetiva varia conforme a classe social, ou ao que foi aqui nomeado de grupos sociais. Essa noção diz respeito não somente ao aprendido no âmbito familiar, desde pequeno, mas também em socializações posteriores, em outras esferas da vida social. Desse modo, por meio dessa competência, seria possível compreender os universos mentais desses dois grupos, seus repertórios expressivos e cognitivos específicos.

Ao mesmo tempo, os bens culturais estudados, de acordo com cada grupo social ao qual se dirigem,

oferecem roteiros por meio dos quais os atores podem cognitivamente ensaiar suas experiências emocionais e refletir acerca das expressões e transações emocionais de outros. Com esse ensaio, os atores dão sentido aos seus próprios sentimentos (e aos dos outros), prescrevem sutilmente regras para gerenciar emoções e fornecem um

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> Segundo Bourdieu, "o agente social, na medida em que é dotado de um *habitus*, é *um individual coletivo ou um coletivo individuado por obra da incorporação das estruturas objetivas*. O individual, o subjetivo, é social, coletivo. O *habitus* é subjetividade socializada, transcendental histórico cujos esquemas de percepção e de apreciação (os sistemas de preferência, os gostos) são o produto da história coletiva e individual" (BOURDIEU, 2001, p. 262, grifos do autor). Nesse sentido, compartilho com Sônia Novinsky o entendimento do conceito do sociólogo francês: *habitus* "refere-se sempre ao conjunto de disposições de um grupo ou classe social, que é produto da interiorização dos princípios de um arbitrário cultural" (NOVINSKY, 1974, p. 143).

vocabulário e um método de introspecção (ILLOUZ, 2008, p. 18-19, tradução nossa).  $^{24}$ 

Dito de outro modo, esses roteiros contribuiriam para a construção da competência afetiva dos grupos sociais.

A pesquisa tentou, por fim, não se aprisionar na dicotomia: de um lado, programas de divulgação e de baixa qualidade que expõem seus participantes e visam somente à audiência (ou somente a fazer prosperar a carreira do apresentador e do especialista) e, de outro, programas que, com a intervenção de especialistas, proporcionariam a visibilidade e a legitimidade das questões apresentadas por pessoas desconhecidas do grande público. Essa polaridade perpassa conversas informais e reflexões acadêmicas acerca do tema, <sup>25</sup> sendo recorrente entre aqueles que repudiam esse tipo de emissão, assim como entre os que consideram seu formato mais democrático e inovador por justamente dar voz a pessoas "pobres", vindas das "classes populares" (cf. FRANCA, 2006; TORRES, 2004).

A intenção foi, em suma, dar objetividade a práticas e a sentidos dos integrantes dos dois mundos sociais, envolvidos com a produção e consumo desses tipos de emissão. Cada um dos cinco capítulos seguintes é organizado privilegiando um conjunto de atores sociais. O primeiro deles é dedicado à pesquisadora, alguém que não tinha nenhuma familiaridade com esses mundos. O intuito foi de problematizar sua inserção e recepção pelos integrantes, a partir da descrição de sua entrada nas emissoras e de uma reflexão crítica do processo. Recuperam-se ainda diferentes abordagens metodológicas já utilizadas no campo das Ciências Sociais a respeito da produção e consumo de bens da indústria cultural, sobretudo, televisiva.

No capítulo 2, o mundo social da TV e o do rádio são apreendidos enquanto sistemas de produção, e ressaltados aspectos do trabalho das equipes de produção, animadores e profissionais psi (psicólogos e psiquiatra). Apresentam-se também seus participantes e os conteúdos mostrados nas emissões. Discute-se, ainda, a apreensão do discurso terapêutico por essas produções.

O destaque na confecção das histórias contribui para compreensão da construção coletiva dos programas e das condições sociais do trabalho em televisão. As mesmas pessoas que ajudam a produzir esses bens culturais – as chamadas "garotas de programa" <sup>26</sup> – também

<sup>&</sup>lt;sup>24</sup> "[Cultural materials] offer scenarios through which actors can cognitively rehearse their emotional experience and reflect on others' emotional transactions and expressions. By doing so, actors make sense of their own (and others') feelings, subtly prescribe rules to manage emotions, and provide a vocabulary and a method of introspection".

<sup>&</sup>lt;sup>25</sup> Essa polaridade é referida por Freire-Filho (2008), França (2006), Bergamo (2005), Torres (2004).

<sup>&</sup>lt;sup>26</sup> Para a definição dessa expressão, ver explanação adiante (p. 98).

os consomem. Essa circulação será um dos focos da análise no capítulo 3. Ao se investigar o universo da produção desses mundos sociais por tal viés – figuras até então com pouca visibilidade em análises consagradas a respeito da televisão e do rádio no Brasil – foi possível vislumbrar-se uma trama de relações, uma solidariedade, que mobilizam e enredam as pessoas ao longo do processo de produção.

Distinções entre os universos mentais dos grupos sociais estudados serão exploradas nos capítulos 4 e 5, quando os convidados do palco televisivo e os integrantes da plateia no teatro tornam-se, respectivamente, focos da reflexão. Ademais, os sentidos encontrados para as ações dessas pessoas são construídos nas situações sociais, ou seja, suas motivações materiais e simbólicas para a participação são captadas no jogo de interações entre os diferentes envolvidos.

Enquanto para os convidados da TV (pertencentes a um grupo social com baixa competência afetiva), os comentários dos psicólogos no palco são apenas uma entre muitas motivações que anima sua participação – de ordem material e simbólica –, para os participantes da plateia (no teatro), com competências afetivas maiores, as falas do Dr. Gikovate são centrais. Seu programa é apenas um bem cultural, entre outros, consumido por essas pessoas, que traz orientações e roteiros de como agir para as relações afetivas tecidas na família e no trabalho.

Assim como na rádio, uma comunicação afetiva também é promovida nas emissões da TV. Essa abordagem faz com que alguns dos problemas levados ao ar – problemas sociais, por exemplo, a falta de urbanização –, deixem de lado as condições materiais objetivas dessa situação, individualizando-os, ou seja, a comunicação entre os envolvidos é aconselhada para resolver o conflito. Em outros episódios do programa, há o predomínio de uma abordagem jocosa das histórias, nos quais a produção estimula as discussões acaloradas e agressões verbais entre os convidados, fazendo com que eles se (re)apresentem como pessoas agressivas porque não conseguiriam dialogar, cuja vida é (e pode ser) exposta a todos.

# 1 A pesquisadora em cena: das incursões à pesquisa nas emissoras de televisão e rádio

Rita de Cássia gravou sua participação em *Espelho, espelho meu*, quadro de transformação de *Márcia*, em novembro de 2009, quando fui pela primeira vez aos estúdios da Bandeirantes – ainda não como pesquisadora, mas sim como alguém que gostaria de conhecer o programa.

Espelho, espelho meu mostra para o telespectador as transformações realizadas pela intervenção de especialistas (médicos de diferentes especialidades, dentistas, cabeleireiros, maquiladores etc.) no corpo da participante. Enquanto em outros quadros pesquisados as participantes recebem orientações e conselhos de cunho mais psicológico – e as possíveis mudanças não são explicitadas no decorrer da transmissão –, em Espelho as intervenções cirúrgicas e estéticas são destaque. Elas são evidenciadas como se suscitassem as modificações mais subjetivas na vida da participante.

Há um argumento básico que estrutura esse quadro: de um lado, tornar evidente ao telespectador a necessidade da intervenção realizada pelo programa, ao ressaltar as diferentes carências na vida da candidata selecionada, dando uma justificativa, portanto, para a seleção feita. De outro, ressaltar as benesses dos tratamentos veiculados e seu impacto certeiro e positivo na vida das moças submetidas a ele. Para tanto, antes da ida ao estúdio e do encontro com a plateia, a produção colhe depoimentos da protagonista do episódio – por meio de gravações feitas em sua própria casa e no entorno, a respeito de sua infância e vida adulta –, ressaltando eventos tristes que infligiram a ela sofrimentos, visivelmente corporificados em sua aparência. Depois, para a exibição na televisão, trechos dessa narrativa serão intercalados a cenas do tratamento estético, bem como àquelas feitas no estúdio, com a presença da

apresentadora, da plateia, de profissionais envolvidos no tratamento e da própria participante (já "transformada").

Naquele momento da gravação, nós (as outras integrantes da plateia – de onde acompanhei os trabalhos no estúdio – e eu) não tínhamos conhecimento da história de Rita de Cássia e os motivos para sua seleção, porque, lá, foram feitas somente as cenas com os especialistas responsáveis pelos procedimentos realizados anteriormente na participante (uma dermatologista e um dentista), bem como com outros convidados.

Participaram ainda desse episódio, integrando as cenas gravadas no palco, um segundo dermatologista para explicar as causas e o tratamento da calvície feminina, acompanhado por uma moça com o problema, além de um cabeleireiro (chamado de *hair stylist*) que cortou e arrumou o cabelo de uma jovem "em tempo real", ou seja, durante a gravação, enquanto as outras interações aconteciam no palco. Uma das últimas cenas gravadas foi a entrada de Rita de Cássia no palco: seu encontro com Márcia Goldschmidt e com parentes que a aguardavam na plateia. A "cinderela" se mostrava surpresa ao ver-se no espelho, pois, conforme foi dito pela apresentadora, era a primeira vez – depois de ter se submetido às intervenções estéticas – que via os resultados obtidos.

Somente alguns dias depois dessa gravação, quando assisti ao episódio pela televisão, conheci o depoimento de Rita de Cássia e a construção de uma justificativa para sua seleção. Contrapondo o que assistia na TV às gravações, começava lentamente a conhecer o processo de produção das emissões. Destarte, já nesse primeiro dia de campo, chamou-me a atenção não tanto os conteúdos do quadro de transformação, quanto o que estava por trás dele: todas as pessoas implicadas nesse processo.

Para participar da gravação, entrei em contato com a equipe de produção por telefone e correio eletrônico, ambas as informações disponíveis no site do programa, e, nas duas tentativas, fui correspondida. A profissional responsável por organizar a plateia, Florência, aceitou meu pedido e informou-me as condições para minha participação. Roupas adequadas, isto é, uma camisa lisa (não eram permitidas estampas ou listras), calça jeans e sandálias *com salto*; horário; meios de chegar à emissora, sendo que ela não mencionou a possibilidade de eu usar o carro como meio de transporte. Ensinou-me apenas o caminho do ônibus, uma vez que não conhecia nenhuma caravanista que pudesse me levar. Segundo Florência, nenhum dos trajetos das caravanas passava por Pinheiros, local onde eu disse que residia. Ela não indagou minha vontade de ir ao programa, perguntando-me somente a idade. Quando disse "29 anos", respondeu que estava "ótimo". Entendi que me enquadrava no público do programa.

Fui à primeira gravação realizada depois de meu telefonema, alguns dias mais tarde. Cheguei à emissora Bandeirantes, no Morumbi, por volta das 16h, conforme o combinado, e, quase vinte minutos mais tarde, depois de ser identificada na portaria, juntei-me à fila das mulheres das caravanas que esperavam do lado de fora da emissora, em pé. Fui colocada na de Catarina (que vinha da Zona Leste) por um rapaz que auxiliava a organização da entrada. Mais tarde, conversando com as participantes – todas mulheres –, descobri que naquele dia havia caravanas também da Penha, Carapicuíba/Osasco e Suzano. As pessoas que ficariam na plateia tinham vindo com as caravanas, somente eu era "convidada", ou seja, tinha entrado em contato com o programa diretamente, manifestando minha vontade de participar.

As caravanistas são geralmente senhoras de meia-idade responsáveis por trazer os grupos de espectadoras. A caravana de Vila Carrão e Tatuapé, na qual fui incluída, tinha catorze integrantes, contando comigo.

Ao mencionar que reconhecia uma das senhoras – a caravanista Elisa –, pois assistia com frequência ao programa pela TV, outra replicou que provavelmente me lembraria dela também, pois vão juntas às gravações. Em outro momento, quando fui abordada por uma moça que cursava o terceiro semestre de Rádio e TV, já dentro da emissora, ela e suas amigas afirmaram que ficavam envergonhadas quando eram reconhecidas na rua. A impressão é de que há um misto de vergonha, fascínio e orgulho por ser reconhecida.

Ao entrar em fila, nossas bolsas foram revistadas e identidades checadas por seguranças. Menores de 14 anos são proibidos de participar sem autorização dos pais. Uma a uma passamos pelo segurança e fomos encaminhadas, pelo mesmo rapaz que cuidava da fila, para uma construção, onde aguardamos o início das gravações. Essa construção, aberta em uma das laterais, ficava ao lado do prédio com os estúdios e outras dependências da emissora. Ela abrigava um antigo cenário com bancos, em formato de semicírculo, no qual podíamos sentar.

Ao chegarmos nesse espaço, fomos recepcionadas por Florência. Ela era assistida pelo rapaz da fila, o Paulo. A figura de um contrastava com a do outro: ele, baixo, magro, moreno e com trejeitos afeminados excessivos, tentando fazer rir a plateia; ela, alta, gordota e branca, com os cabelos pintados de vermelho forte e cortados de modo moderno. Além de auxiliar em outras tarefas, como organizar nossa entrada na emissora ou nos entregar água em um dos intervalos da gravação, Paulo parecia ter sido contratado para descontrair o momento de espera.

Enquanto Florência solicitava às caravanistas que preenchessem uma lista com informações de seu grupo (nome completo e número do Registro Geral de cada uma das

integrantes), recebemos um "lanche" da produção – dois sanduíches, um suco de caixinha e um pé-de-moleque. A maioria das senhoras e moças presentes comeram. Pude ver que algumas também trouxeram os seus próprios sanduíches, bolachas, bolos. Naquele momento ainda não sabia que algumas das caravanas se reuniam e saíam de seus respectivos bairros muitas horas antes do horário combinado na emissora – devido à distância a ser percorrida e a eventuais engarrafamentos enfrentados ao se deslocarem pela cidade – a fim de não se atrasarem; as gravações durariam até quase meia-noite. Essas mulheres ficavam, portanto, quase todo o dia em função do programa.

O banheiro também é um espaço de sociabilidade no período que antecede às gravações. Nele muitas das moças e senhoras estavam se maquilando, pintando os olhos e a boca, e também penteando os cabelos. Sobretudo as mais moças estavam muito arrumadas e enfeitadas: uma delas, com vestido de festa e algumas com salto alto. Como os profissionais da emissora não produzem a plateia – somente os convidados do palco são maquilados e penteados –, essas mulheres sozinhas e com a ajuda de suas amigas se enfeitam para aparecer na televisão.

Para entrar no estúdio, por volta das 18hs, solicitaram que formássemos duas filas: "crianças" de um lado (jovens entre quinze e vinte anos) e "meninas" de outro (senhoras na faixa dos 40 anos ou mais), de acordo com as palavras do Paulo. As mais novas iam à frente e foram dispostas nas cadeiras centrais da plateia, alvo das câmeras. As senhoras foram distribuídas em seguida, nas laterais. Compusemos uma plateia de 114 pessoas.

Eu fui a primeira a ter o lugar indicado por Florência, provavelmente devido à minha condição de "convidada". Era uma maneira de ela me agradecer por eu ter procurado o programa voluntariamente. Embora tivesse pedido para ficar mais afastada, não fui ouvida. Por duas vezes (nas três gravações do dia), fiquei no centro da plateia. Na última, sentei-me na fileira de cima, a mais afastada do palco – e foi o momento em que fiquei mais à vontade para observar e conversar.

Há alguns critérios para nossa distribuição, além da idade: certa concepção de boa aparência (um misto de beleza e estar bem vestida) e as cores das camisas — elas não podem ser repetidas. Ao final de cada gravação, somos novamente dispostas nas cadeiras e, somente na terceira e última do dia de trabalho, algumas senhoras com mais idade ocupam as centrais, dividindo com as mais moças o foco das câmeras.

Depois de distribuídas nas cadeiras, ouvimos as instruções de Florência, que se repetem a cada dia de gravação: temos de bater palmas – mãos na altura do busto – com entusiasmo e, ao mesmo tempo, ficarmos atentas ao seu sinal para interrompê-las. Somos

instruídas a não conversar, cruzar os braços, tampouco arrumar o cabelo ou ainda mexer nos olhos, orelhas e nariz, enquanto as câmeras estiverem ligadas. A postura ereta é também pedida. Devemos responder com força às perguntas de Márcia: "Siiiiiiiim" ou "Nãaãaããão". Além disso, quando as convidadas do *Espelho, espelho meu* entram o palco, devemos saudálas com um sonoro "ÊÊÊÊÊÊ".

Em minha "estreia", naquele dia, não foram feitas repetições nas cenas durante a gravação dos três programas, iniciada por volta das 19h e finalizada perto da meia-noite. Foram quatro candidatas "transformadas", sendo que duas eram gêmeas e estrelaram no mesmo programa. A apresentadora não conversou com a plateia; apenas nos cumprimentava no início de cada gravação. Ao final, deixava o palco para, em seguida, retornar e iniciar outra. Márcia conversa apenas com o diretor do programa, por meio do ponto eletrônico, e é ajudada pelo auxiliar de palco, que indica com cartazes os intervalos, *merchandisings* e nomes dos convidados.

Quatro câmeras filmam: uma no nível do palco e outra, no corredor que separa os dois blocos de cadeiras; uma terceira fica atrás da fileira mais alta e tem um quadro com letreiros para a apresentadora; a quarta não tem uma base como as anteriores: ela é içada por uma estrutura de ferro; parece mais ágil e grava planos gerais da plateia.

Quando mudei de lugar, na terceira gravação, conversei com algumas participantes, tendo como pretexto, conseguir uma carona para voltar. Pedi os telefones das caravanistas de Carapicuíba/Osasco, da Penha e de Vila Carrão/Tatuapé, sem ainda me apresentar como pesquisadora. O fato de ter ido sozinha despertou a curiosidade de duas das senhoras com quem conversei: uma não entendia por que eu não conhecia a responsável pela caravana de meu bairro, já que, para ela, "todo bairro tem a sua"; outra indagou como eu tinha conseguido, sem essa mediação. Essas falas me mostraram a centralidade da figura da caravanista para a produção de emissões televisivas que têm auditórios, além da sociabilidade envolvida nesse tipo de lazer.

Elas não conheciam o bairro de Pinheiros, e, por isso, não sabiam me informar um grupo que poderia me levar de volta. Esse desconhecimento é significativo, pois indica, ao menos, por quais partes da cidade não costumam circular. Um bairro localizado na área central, no qual há um entroncamento de rotas de transporte público, relativamente próximo da emissora (no Morumbi), não lhes era familiar.

Para ir embora, Florência pediu a um dos motoristas da emissora que me desse carona. Ele fazia o transporte dos convidados do palco e, por isso, fui acompanhada por uma das participantes do *Espelho, espelho meu* – Rita de Cássia – e por membros (somente mulheres)

de sua família. Mostrei-me interessada nos procedimentos a que tinha se submetido e ela parou de conversar com as parentas para contar-me, com detalhes, o que tinha feito. Ao final, encorajou-me a procurar a produção do programa para participar do quadro. Ela mostrava-se feliz por ter participado, e satisfeita com o resultado das intervenções. Naquele momento, parecia acreditar na *magia* do programa: os procedimentos a que submeteu seu corpo trariam mudanças à sua vida.

No segundo dia em que fui à emissora Bandeirantes, a recepcionista estranhou meu contato ser Florência. "Mas a Florência é da plateia...", ela me disse. Provavelmente teria pensado que iria ser uma convidada do palco ou alguma novata da produção. Quando reafirmei que iria para a plateia, pediu-me que aguardasse na fila, do lado de fora da emissora. Fui para o final da fila e, quando o assistente de Florência me descobriu, disse para entrar, pois não precisaria ficar ali, e acrescentou algo como: "Diz que eu liberei. Gente rica vai à frente, não é como os favelados daqui". As pessoas que aguardavam na fila riram, e eu fiquei constrangida.

Diante do segurança – um homem negro, alto e muito forte –, descobri que duas meninas não puderam entrar: uma por ter esquecido o documento, e a outra por ter-lhe emprestado o seu. Quando o nome foi lido pela segunda vez, o segurança desconfiou e colocou as duas para fora. Elas ficaram aguardando o grupo da caravana, na rua, até o término das gravações, por volta da meia-noite. Quando ele me pediu o documento, disse-lhe que dois meninos estavam na minha frente. Ele me explicou que era política da emissora deixar as mulheres entrarem primeiramente. Passei novamente na frente de pessoas. Ao encontrar Florência, ela me apresentou para outra profissional que organizava o auditório de Silvia Poppovic, dizendo que eu tinha um estilo "clean", era educada e fazia comentários durante as gravações. Ela iria passar o meu contato para que eu começasse a frequentar esse outro programa. <sup>27</sup>

Ainda nesse segundo dia, algumas "crianças" – chamadas assim pela dupla de profissionais, Florência e Paulo –, ocupavam ao meu lado as cadeiras centrais. Elas eram "de agência", ou seja, contratadas para fazer figuração em programas de TV e, portanto, remuneradas por sua aparição. Elas se diferenciam das integrantes das caravanas, porque mais magras, jovens, alisam os cabelos e se maquilam, usam sapatos com salto alto, vestem-se com roupas "melhores", da "moda", em suma, são consideradas mais bonitas. Além disso,

<sup>&</sup>lt;sup>27</sup> Poppovic apresentou *Dia Dia*, um programa voltado ao público feminino, que foi ao ar de segunda a sextafeira das 9h45 às 11h25. Sua estreia ocorreu em 23 de outubro de 2009, sendo veiculado até março de 2010. Trazia reportagens, entrevistas sobre diferentes temas e um quadro sobre culinária.

almejam ingressar no universo artístico-televisivo. Elas especulavam o horário em que as gravações terminariam e mostravam-se preocupadas com a escola no dia seguinte. A meu ver pareciam mais velhas do que aquela conversa indicava: elas tinham entre catorze e quinze anos. Quando perguntaram a minha idade assustaram-se, uma vez que, para elas, eu não aparentava ter 29 anos, "no máximo 22".

Essas anedotas, fruto das interações iniciais na pesquisa de campo, revelam como fui recebida e interpretada por diferentes membros desse mundo social. A "personagem" que representei nos dois primeiros dias na Bandeirantes, para lembrar a noção de Goffman – uma convidada da plateia – gerou "mal entendidos", na medida em que minha "fachada" não correspondia bem à de uma "convidada". Houve, portanto, desencontros em relação às expectativas sobre alguém da plateia: com mais idade do que minha aparência lhes indicava; era "gente rica", portanto, diferente, em relação aos "favelados" que a compunham; com "estilo clean" (talvez por não usar maquilagem, não prender os cabelos, não usar salto e roupas que marcassem o corpo, ou ainda por ser branca), embora também me encaixasse no perfil de outro programa da emissora, o de Silvia Poppovic.

Pelo fato de ter ido sozinha à *Márcia* – a conversa com Florência permitiu meu acesso independentemente dos grupos de caravana ou "de agência" –, fui vista pelas participantes como alguém que gostava do programa e de sua apresentadora. Essa percepção gerou mais um estranhamento em relação à minha "personagem", pois elas não entendiam quais motivos me levavam a gostar de Márcia. Nas conversas informais, entrevistas e observações posteriores (já reconhecida como pesquisadora), compreendi que a apresentadora não era considerada simpática (não conversava, não sorria, não tirava fotos), tampouco seu programa oferecia uma diversidade de atrações, a despeito de exigir com alguma rigidez certos comportamentos da plateia. Ser identificada como alguém que gostava do programa causava "mal-entendido".

Esses "mal-entendidos" – marcadores tanto do meu distanciamento social em relação às integrantes da plateia (posteriormente, também aos integrantes do palco), quanto do meu desconhecimento a respeito da produção desses bens culturais –, impuseram-se logo no início da pesquisa de campo e demandaram reflexões acerca de minha inserção e, principalmente, das hipóteses interpretativas que eu mobilizava. De imediato, soube que precisaria matizar o papel dos psicólogos nos palcos da TV, pois, já nas primeiras impressões, a questão das motivações para a participação parecia ser multifacetada.

Uma das únicas questões que me foram dirigidas nos primeiros dias nesta emissora foi feita por Roberta, uma moça de cerca de vinte anos (já mencionada) que cursava Rádio e TV.

Abordou-me afirmando que eu "tinha cara de quem fazia faculdade". Frequentar o auditório de Márcia – além de lhe dar visibilidade, o que a deixava envergonhada quando era reconhecida – era um meio de acesso ao mundo em que ela gostaria de, um dia, trabalhar. A escolaridade dessa moça era diferenciada se comparada à de outras, presentes, da mesma faixa etária que a sua. Com as entrevistas que fiz posteriormente, percebi que esse grupo tinha, em sua maioria, o Ensino Médio completo ou em curso. Em relação à escolaridade das senhoras mais velhas, a diferença aumentava: elas tinham poucos anos de estudo, sendo algumas analfabetas.

Quando encontrei Roberta e suas duas amigas pela segunda vez, em outro dia de gravação, contaram que haviam me visto na TV, numa gravação na qual elas não tinham podido ir. O fato de ver e ser vista – reconhecer e ser reconhecida – parece ser importante não somente para o grupo das "crianças" – por isso vêm tão arrumadas, com roupas coloridas, como novas, usando sapatos de salto e muita maquilagem –, como também das "meninas". Ademais, é uma das maneiras encontradas de estar próximas a um ambiente que elas aspiraram integrar profissionalmente.

Apesar de parecer cansativo – sobretudo para algumas senhoras mais idosas – participar da plateia, e tudo o que envolve essa atividade, é também um lazer. Aos poucos, pude perceber que é uma ocasião que lhes permite arrumarem-se, saírem, acompanhadas por vizinhas e amigas, de seus bairros, conversarem e comerem juntas, ouvirem música, encontrarem celebridades, assistirem às encenações no palco, além de aparecerem na televisão.

Não se trata de afirmar que as integrantes da plateia gostam de frequentar qualquer auditório. Há preferências segundo a idade e gostos musicais, por exemplo. Uma delas (de aproximadamente 60 anos) frequenta há dez a plateia do *Programa Raul Gil* (SBT). Outra senhora, também nessa mesma faixa etária, mencionou o *Domingão do Faustão* (Rede Globo) como o melhor deles. Uma adolescente de quinze anos contou-me que já tinha participado algumas vezes do *Caldeirão do Huck* (Rede Globo). *Márcia* não é o programa ao qual elas mais gostam de ir, pois há muitas regras durante as gravações: não podem sentar de qualquer jeito, têm de ficar sempre com a postura ereta, e não podem conversar. Pareceu-me que outros programas eram mais descontraídos e ofereciam outras atrações em relação ao *Márcia* – mais apresentações de conjuntos musicais, artistas, e mesmo os "lanches", considerados melhores.

No terceiro dia em que fui à Bandeirantes, apresentei-me à Florência como pesquisadora, e pedi autorização para entrevistar as integrantes da plateia. Nessa emissora,

tive livre acesso aos espaços ocupados pelas espectadoras – à construção na qual esperavam as gravações –, podendo acompanhá-las também na plateia.

Num desses momentos de espera, conversei com senhoras de uma caravana da Grande São Paulo. Busquei informações que me ajudariam a escolher algumas possíveis entrevistadas. Como fui bem recebida por elas e conhecia alguns bairros desse município, escolhi iniciar por esse grupo as entrevistas realizadas nas casas das participantes. Em outras palavras, foram esses critérios – a receptividade dessas mulheres, bem como a facilidade e a familiaridade para me deslocar naquela região – que guiaram o primeiro recorte desse universo de entrevistados. Depois dos primeiros contatos, elas mesmas me indicaram outras colegas dispostas a conversar comigo.

Não consegui, entretanto, permissão para ir aos camarins e entrevistar os convidados do palco, tampouco os profissionais da produção. O que me pareceu a princípio uma grande dificuldade – acesso negado aos bastidores e à equipe de produção na Band –, foi amenizado pelo trabalho desenvolvido no SBT.<sup>28</sup>

De maneira diferente, iniciei minha pesquisa na segunda emissora de televisão, o SBT. Embora não tenha conseguido contatar a produção por correio eletrônico, encontrei, por acaso, a psicóloga do programa que gentilmente disse a quem eu deveria me apresentar. Obtive, desse modo, o telefone de um dos profissionais da produção – o do produtor executivo do programa. Pediram-me para enviar uma carta de apresentação ao diretor de produção da emissora. Depois de seu aval, entrevistei participantes da plateia, convidados do palco e diferentes profissionais do programa, bem como assisti às gravações na coxia e no auditório. Acompanhei ainda o trabalho das equipes de produção dentro e fora da emissora. Desenvolvi, assim, um trabalho mais longo e intenso de observação, entre dezembro de 2009 e setembro de 2011.<sup>29</sup>

Pelo fato de alguns assistentes de produção, e mesmo de alguns produtores, já terem trabalhado em Márcia, ou conhecerem colegas vinculados a esse programa da Band, e, ainda, de as caravanas fazerem as plateias dos dois programas, tive – indiretamente – acesso ao pessoal da outra emissora e pude conhecer seu processo de produção.

.

<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> Ao longo da pesquisa de campo, foram feitas inúmeras tentativas para entrar em contato com os profissionais do programa, desde o diretor até produtores e estagiários, nenhuma com sucesso. Em alguns casos, depois de algumas respostas positivas em relação ao interesse em acompanhar a produção das emissões, o diálogo se interrompia. Somente dois profissionais dessa emissora aceitaram ser entrevistados: um vinculado a outro programa da grade e o segundo, da equipe de *Márcia*, sob a condição de não ser identificado.

<sup>&</sup>lt;sup>29</sup> No que diz respeito aos programas de TV, foram entrevistados dez profissionais, quinze "garotas de programa" (ou seja, caravanistas, integrantes de caravanas e contatos), trinta e sete convidados do palco de *Casos de Família*.

Na emissora de Silvio Santos, em meu primeiro dia, fui recepcionada por uma jovem assessora de imprensa, que costumava apresentar a emissora para estudantes de Rádio e TV. Foi o que fez comigo, após eu lhe falar rapidamente sobre a pesquisa, as minhas necessidades e intenções para aquela "visita". Por estarmos algumas horas adiantadas para as gravações de *Casos de Família*, convidou-me a fazer, em sua companhia, uma visita guiada pelas dependências da emissora. Entrando pela "Recepção Principal", à esquerda, vi reproduções em tamanho natural das celebridades da emissora — Silvio Santos, Hebe Camargo, Carlos Massa, entre outros; em seguida, algumas peças e vestuários pertencentes a antigos programas e personagens. Passamos por estúdios e vi cenários (internos e externos) das novelas. Fomos ainda ao espaço do "contrarregra", uma área que estoca vários tipos de objetos e roupas. Ao voltar ao estúdio de *Casos de Família*, apresentou-me à equipe de produção, dizendo "*precisamos* entrevistar pessoas que vão participar do palco e do auditório", como se a pesquisa também fosse dela, sem questionar meu pedido e sem pedir à equipe. De fato, minha entrada estava aprovada pelo diretor geral de produção.

As caravanas que integram os auditórios do SBT entram com os ônibus ou vans dentro da sede da emissora, na Rodovia Anhanguera. Os veículos param na portaria e, depois de identificados, vão ao complexo de estúdios. As caravanas sabem de antemão de qual auditório irão participar e se dirigem para onde ocorrerão as gravações. Ao deixar os veículos, esses grupos de mulheres são recebidos pelos profissionais responsáveis pela plateia, sendo encaminhados para um salão. Aguardam num espaço amplo e confortável: integrado ao prédio e adjunto ao estúdio de gravação. Há, no salão, cadeiras, ventiladores e bebedouros, além de um grande banheiro de uso exclusivo das caravanas. Também lhes é distribuído um "lanche". Alguns itens são mais valorizados por elas — o tipo de pão usado (pão francês), a marca da bebida (*Coca-cola* ou *Guaraná Antártica*), a marca do doce (um bombom *Lacta*).

As integrantes da plateia e as convidadas do palco, em ambos os programas televisivos, ora me identificavam como alguém que trabalhava nas emissoras – pela idade, pela cor branca e pelo jeito de me vestir próximos a equipe de produção –, ora como alguém semelhante aos seus filhos por ter uma escolaridade mais elevada (assim como eles tinham mais anos de estudos em relação às suas progenitoras); achavam que eu não aceitaria participar das gravações, tal qual seus filhos.

Numa entrevista, realizada meses depois de iniciada a pesquisa, ao conversar com uma senhora – integrante de uma caravana da Grande São Paulo – a repeito dos convidados do palco, seu filho e eu fomos diferenciados por ela desse grupo de participantes. Nós, que tínhamos a mesma idade, além de termos feito curso de nível superior, éramos diferentes

daqueles que iam para o palco, referidos não como pessoas com "menos poder aquisitivo", porém com "menos cultura". <sup>30</sup>

[...] Bom, cada um é cada um, eu não sei, mas, pelo o que a gente assiste, não vou dizer menos poder aquisitivo, é menos... [pronuncia em voz baixa a palavra cultura], não é?

Por que a senhora acha isso?

Não sei te explicar por quê, talvez nem seja isso, mas eu acho.

Isso a senhora está me falando das pessoas que vão [para o palco]. E por que as pessoas querem participar? O que leva essas pessoas...

Será que não é por causa de dinheiro?

A senhora estava falando que não são as pessoas com menor poder aquisitivo...

Não sei, parece que são pessoas que têm menos... [pronuncia novamente em voz baixa a palavra cultura]. Pelo o que a gente vê, pode ser que não seja. Parece... E, às vezes, vai com o intuito de resolver algum problema.

Isso. E o que são pessoas com menos cultura de que a senhora falou?

[silêncio] É, de repente, estou falando uma coisa que às vezes nem é isso...

Mas eu queria saber a opinião da senhora.

Eu, em minha opinião, acho que a pessoa que tem uma cultura elevada não precisa [ir ao programa].

Mas o que é uma cultura elevada? O que a senhora está chamando de cultura elevada?

Eu acho que uma pessoa assim – você –, que já fez uma faculdade, meu filho, ele já é formado, não ia querer ir. Acho que nem ele e você também não.

É, acho que eu não... sou muito envergonhada...

É, meu filho também! (LOURDES, entrevista, 1/4/2011).

Nesta entrevista, novamente foi explicitado o meu não pertencimento àquele mundo social. Eu era "gente rica", tinha "cara de quem fazia faculdade" e tinha "cultura elevada". Aos integrantes do auditório do Dr. Flavio Gikovate, por outro lado, a figura de uma pesquisadora lhes era familiar. Acompanhei por três anos, entre 2008 e 2011, as gravações no teatro; numa delas, no final de 2009, com autorização da equipe de produção da CBN, apresentei-me ao auditório e solicitei que preenchessem um pequeno questionário. A partir das informações colhidas naquele momento, entrei em contato e entrevistei alguns dos participantes. Busquei mesclar entrevistados homens e mulheres, de faixas etárias diferentes, com formações e profissões variadas, que residissem em áreas diferentes da cidade.

Essas primeiras impressões – narradas por meio de anedotas, "mal-entendidos", encontros e desencontros, vivenciados em campo – ganham corpo e contribuem para dar vida aos grupos sociais estudados quando somadas a outras evidências empíricas e observações

<sup>&</sup>lt;sup>30</sup> Nesta, e nas próximas entrevistas citadas, utilizo dois estilos da fonte para diferenciar a minha fala (com itálico) daquela dos entrevistados (normal). Quando, numa entrevista, aparecerem falas de entrevistados diferentes, cada enunciado é precedido pelo nome da pessoa.

posteriores. Elas não valem por si sós, entretanto, ao sedimentarem, permitem ver as tonalidades dos grupos envolvidos na produção e consumo desses bens da indústria cultural.

# Outras abordagens empíricas

Entre os estudos a respeito da televisão brasileira produzidos no campo das Ciências Sociais, interessaram-me logo de início aqueles dedicados a analisar, *grosso modo*, os conteúdos veiculados nas emissões, sua produção e a recepção de diferentes formatos de emissão. Programas de auditório, novelas e, recentemente, *reality shows* (como o *Big Brother Brasil*) foram os formatos mais perquiridos por essa literatura.

O enfoque dado aqui – por estudar as motivações das pessoas comuns que vão ao palco e à plateia contar suas histórias – não é usual em pesquisas sobre a indústria cultural brasileira da televisão e do rádio, uma vez que elas abordam, sobretudo, conteúdos ou sua recepção por diferentes grupos socioeconômicos. Ademais, não enfatizam aqueles que contribuem na produção dessas emissões – por meio de diferentes atividades – não somente com uma performance, mas que também atuam nos bastidores, na seleção dos integrantes do palco, e na seleção e composição da plateia.

Sergio Miceli produziu um dos trabalhos seminais acerca da indústria cultural no país ao se debruçar sobre o programa de auditório apresentado por Hebe Camargo, fazendo dele um estudo de caso. Em *A Noite da Madrinha*, publicado pela primeira vez em 1972, o autor discutiu a dimensão ideológica da mensagem veiculada pelo programa, não fazendo somente uma análise interna à obra: tenta inseri-la no contexto da emergente indústria cultural brasileira. Partindo de uma perspectiva semiológica para estudar os conteúdos veiculados, abarcou os diálogos e as imagens do programa, bem como acompanhou algumas gravações, e teve acesso a cartas do público.

Segundo Bergamo, as conclusões de Miceli para aquela configuração social seriam extensivas à análise de outras emissões televisivas atuais:

a simulação, a identificação e as escalas de "excelência" no desempenho dos papeis sociais, a louvação e a internalização das normas de conformidade social, a legitimação conferida ao apresentador pelo auditório, a linguagem como índice de adesão a um quadro de valores particular, as experiências do cotidiano vividas pelas celebridades como exceções, a fábula da ascensão social, o projeto de autonomia dos produtores frente à interferência da recepção, a alodoxia cultural promovida pela

diluição e vulgarização de temas da produção erudita e a imposição de modelos considerados legítimos pela cultura dominante (2005, p. 168).

Três décadas mais tarde, nesta mesma linhagem de estudo dos conteúdos veiculados em programas de auditório, Lilian Sampaio estudou o *Programa do Ratinho* (SBT). Privilegiou algumas emissões transmitidas na televisão, além de ter acompanhado gravações nos estúdios. Abarcou, em sua análise, reportagens a respeito do programa e de seu apresentador Carlos Massa. Ela mostrou como tal programa reencena "uma série de representações, conflitos e disputas presentes no universo social" (2003, p. 138): alta e baixa qualidade, bom e mau gosto, valores e degradação moral são retraduzidos no programa a partir de outras chaves, tais como "'povo' e 'elite', autenticidade e artificialismo, franqueza e hipocrisia, solidariedade e ganância, simplicidade e esnobismo" (p. 129). Pela via do deboche, da indignação e do assistencialismo, o programa afirmaria um padrão de moralidade e comportamento.

Com uma abordagem metodológica semelhante à de Sampaio – análise de conteúdo a partir de uma seleção de emissões televisivas, reportagens publicadas na mídia impressa, observação de gravações—, além de entrevistas com a apresentadora, a psicóloga e produtores, Elisa Gomes (2007) procurou compreender quais concepções de família, sobretudo de relações conjugais, eram apresentadas em *Casos de Família* (SBT).<sup>31</sup>

Elisa demonstrou que a concepção representada no programa:

É uma reelaboração, uma adaptação calcada no modelo da família conjugal moderna com um conjunto de práticas e valores, ou seja, pautada na idealização do amor, sensação de igualdade advinda pela possibilidade de escolha do cônjuge e divisão sexual do trabalho. A união e a felicidade conjugais são valorizadas. O "nós casal" presente constantemente nos discursos enfatiza os papéis de esposa e marido. À mulher, ainda são reservados os papéis de mãe e dona-de-casa. Destaca-se também que a mulher deve ser abnegada e ter certa capacidade diplomática, é ela que deve ceder e conciliar os conflitos em prol da harmonia familiar. Apesar disso, a mulher não está simplesmente encerrada no espaço doméstico e o homem no espaço público, ressalta-se a necessidade do trabalho feminino e a contrapartida masculina na esfera doméstica é constantemente enfatizado nos fechamentos do programa tanto no discurso do especialista, quanto no da apresentadora. [...]. Nos discursos exibidos no programa Casos de Família, há uma legitimação da crença de uma natureza feminina distinta e complementar ao homem. Assim, a mulher para alcançar certa igualdade perante o homem deve utilizar-se de suas características femininas apontadas pelo programa, tais como: "sensibilidade", "jogo de cintura", "agradar o parceiro" etc. (GOMES, 2007, p. 138).

Antes de analisar suas imagens e seus discursos, Gomes descreve parcialmente a produção do programa, afirmando ser preciso entender a fabricação das emissões – uma negociação tensa entre produtores, direção, apresentadores e convidados do palco – a fim de compreender os conteúdos levados ao ar. A autora, no entanto, se restringiu ao trabalho dos

<sup>&</sup>lt;sup>31</sup> Quando Elisa Gomes fez a análise, a apresentadora do programa ainda era a jornalista Regina Volpato.

profissionais da produção formalmente contratados pelo SBT (ou seja, produtores, assistentes de produção, estagiários); ademais, a pesquisadora não teve contato com os convidados. Destarte, quando faz referência aos motivos que levariam as pessoas a participar, acaba por reproduzir impressões vagas ou aquelas dos profissionais da emissora. Num dos trechos que ilustra essa distância dos convidados, diz:

Além disso, os telespectadores não só percebem essa construção [cativar e consolidar cada vez mais a audiência] como também almejam seu lugar nesse produto e, consequentemente, participam do programa com *um propósito, seja ele qual for – aparecer na televisão, encontrar ajuda* etc. (GOMES, 2007, p. 42, grifos nossos).

Em outro trecho, Gomes sobrepõe o que seria buscado pelos convidados do palco – em sua concepção, a "harmonia", a ajuda psicológica – à intenção dos produtores. Segundo a pesquisadora,

em Casos de Família paradigmas de relacionamentos conjugais "ideais" são aconselhados aos participantes, bem como modelos de papéis masculinos e femininos. Por reconhecer a autoridade dos sistemas peritos e a notoriedade de estar na mídia é que os participantes do programa delegam a este profissional a responsabilidade para solucionar seus conflitos. Estes aparecem como desarmonias, "doenças" que necessitam de cuidados públicos, oferecidos pelo programa. Há uma busca por harmonização e talvez este seja o ponto que mais distingue Casos de Família dos demais programas desse gênero, exibidos na televisão brasileira (GOMES, 2007, p. 120, grifos nossos).

A gente busca a harmonia, a gente não incentiva a briga, não incentiva a discussão, o bate-boca, agressão física jamais. Então, eu acho que o programa tem esse embasamento de família, de ter aquela coisa de união, de entendimento, de amizade, né? (ESTEFANO apud GOMES, 2007, p. 121).

O clímax do "evento" seria o palco, há uma busca por harmonia e após este ponto um novo equilíbrio pode ser estabelecido entre os familiares em conflito. Essa harmonia se dá a partir dos aconselhamentos do especialista e da apresentadora, ambos encarregados de apresentar um repertório de sociabilidades, modelos de conduta condizentes com um "ideal" de família (GOMES, 2007, p. 121).

Gomes, portanto, toma a fala dos profissionais e a estende aos convidados – empobrecendo, com essa transposição, a objetivação dos significados para a adesão a esse mundo social, além de reforçar (e naturalizar) as desigualdades da posição social entre os envolvidos.

Entre análises acerca dos programas de auditório, interessa especialmente a de Ana Claudia Fernandes, a respeito de *Em Nome do Amor*, apresentado por Silvio Santos e veiculado entre 1995 e 2000. Nele, tanto as concepções de amor, namoro e casamento foram alvo de seu interesse, quanto as diferentes motivações dos participantes para ir ao palco.

Haveria outras justificativas, além de encontrar um namorado ou uma namorada, tal como proposta pela produção, que mobilizavam os convidados. Para tanto, a autora entrevistou pessoas que se inscreveram no programa e participantes dos quadros Quer namorar comigo? e Baile. Este aspecto é inovador em relação às abordagens desenvolvidas nos trabalhos mencionados anteriormente, pois foca também os convidados, além do conteúdo das emissões.

Entre aqueles que se inscreveram para participar, o programa era visto como um "facilitador para contatos interpessoais" (2002, p. 27). Em outras palavras, era considerado uma oportunidade: "profissional" para aqueles que queriam tentar a carreira de modelo ou no meio artístico; "pessoal", pois realizariam o sonho de aparecer na TV; "afetiva", dada a oportunidade de conhecer pessoas e estabelecer relacionamentos.

Para integrantes de Baile, a maioria formada por jovens que tentavam iniciar sua carreira no meio artístico-televisivo, ou como modelo, ser aprovado no processo de seleção e obter "fama" eram determinantes. Outros motivos sobressaíam, portanto, ao de encontrar um namorado: "conhecer os bastidores da TV"; ter a possibilidade de viajar de avião e ficar num hotel, caso fosse o casal escolhido pelo apresentador, isto é, ter a chance de passear e ter lazer; "conhecer o Silvio Santos e novas pessoas" (FERNANDES, 2002, p. 19 e 39). 32

A televisão, sobretudo o SBT, parece deslumbrar essas pessoas, oferecendo oportunidades consideradas positivas. Nas palavras de Fernandes, o namoro na televisão torna-se "meio para a realização de interesses vinculados à vida real" (2002, p. 85), e não uma forma de sociabilidade entre os jovens, tal como proposta pelo programa. A autora destaca, portanto, outros sentidos para a participação ao lado daquele formulado pela produção. Já no que diz respeito ao quadro *Quer namorar comigo?*, há uma aproximação entre as "mensagens divulgadas pelo programa" e os sentidos atribuídos pelos participantes. Eles, sobretudo casais em busca de reconciliação, elencaram outras justificativas em relação aos integrantes de Baile. Mencionaram o desejo de "definir o relacionamento amoroso"; "ganhar a viagem"; "assumir o namoro em público dá 'ares de compromisso', principalmente quando o

<sup>&</sup>lt;sup>32</sup> Essas justificativas são semelhantes às dos convidados de *Casos de Família*, ainda que neste último não haja um prêmio como na emissão estudada por Fernandes. Para muitos dos que vão ao programa de Christina Rocha, o fato de se deslocar pela cidade para ir à emissora já é vivido como um passeio, algo considerado positivo proporcionado pela participação.

apresentador insiste em dizer que os namoros iniciados no programa terminam em casamento" (2002, p. 40). 33

Sônia Novinsky é autora de outra análise inaugural acerca da indústria cultural televisiva. Em *Imitação da Vida*, de 1974, estudou telenovelas veiculadas às 20h na Rede Globo, um dos bens por excelência dessa indústria, tanto por se dirigir a um público variado – diferentemente do programa de Hebe Camargo, citado por ela, destinado às camadas médias da população –, quanto por ter os maiores índices de audiência, de um lado recebendo grandes recursos para sua produção e, de outro, atraindo investidores às emissoras.

Novinsky analisa os índices de audiência para mostrar a dispersão do público telespectador – em relação à idade, escolaridade e faixa de renda – e, num momento posterior, desenvolve uma pesquisa de caráter exploratório sobre a recepção das mensagens em três produções diferentes ("Irmãos Coragem", "O Homem que Deve Morrer" e "Selva de Pedra"), transmitidas entre 1970 e 1972, por "famílias de baixa renda". A autora destaca recorrências nas estruturas narrativas dessas produções – valores e atitudes que são impostos como legítimos – e chama a atenção para o fato de que as alterações no conteúdo das mensagens não são compreendidas pelos integrantes das "classes mais baixas". Em outras palavras, considerando a ampliação do sistema de ensino como responsável "pela consolidação de um código mínimo básico comum a todas as classes e grupos sociais" (1974, p. 139), a televisão não conseguiria ser uma "instância pedagógica" (p. 143), "um instrumento de formação e socialização" (p. 140), almejada pelo Estado naquele contexto.

Outra questão importante levantada por Novinsky é a dupla vinculação da televisão à mulher. Muitas de suas entrevistadas eram donas de casa ou desempregadas, mães, com pouca ou sem qualquer instrução formal de ensino. De um lado, muitas das mensagens propaladas acerca da importância da família e da responsabilidade da mulher junto ao marido e aos filhos eram dirigidas ao público feminino; de outro, a televisão para elas era uma forma de lazer e companhia quando realizavam as tarefas domésticas e enquanto seus maridos não voltavam de seus serviços. Mesmo para as crianças, era uma maneira de atraí-los para dentro de casa (portanto, de tirá-los da rua).

Segundo Novinsky,

,,

<sup>&</sup>lt;sup>33</sup> Casos de Familia se aproximaria do quadro *Baile* na medida em que os sentidos atribuídos pelos participantes seriam outros em relação àqueles veiculados pelo programa. Além dos comentários do psicólogo acerca dos conflitos vividos, o programa seria uma oportunidade para os convidados mandarem mensagens a pessoas distantes, bem como ter o seu comportamento aprovado pelo psicólogo e pela plateia diante "de todo o Brasil". Esse tema será tratado no capítulo 4 "Convidados do palco na TV".

a mensagem é construída de maneira a superestimar a importância da função de mãe e esposa da mulher, e daquilo que acontece na família. De tal forma que geralmente [nas telenovelas] o futuro individual de qualquer um depende primordialmente do histórico de sua família (ao fato de esta ser harmoniosa ou desintegrada) mais do que de sua origem de classe. E evidentemente, se pressupõe ser um direito acessível a todos, o de participar de uma família integrada (1974, p. 148).

Sua argumentação endossa algumas das interpretações desenvolvidas na presente pesquisa, mesmo passados quase 40 anos de sua análise. Ainda que, nestas décadas, a televisão tenha se estendido em termos de abrangência na transmissão pelo território nacional, ampliado os canais abertos e diversificado a programação com os canais fechados, com o recorte feito aqui desse mundo social – programas de auditório, veiculados pela TV aberta, dos quais pessoas comuns (anônimas) narram histórias pessoais e familiares –, percebe-se ainda uma forte relação entre esse tipo de emissão e o público feminino. Programas que tratam de relações familiares, assim como as novelas de Novinsky, dirigem-se a esse público majoritariamente: enquanto telespectadoras e enquanto uma forma de lazer (não somente para os momentos de não trabalho, sendo ele doméstico ou não, mas também quando se organizam em caravanas para fazer as plateias). Ademais, os conteúdos dos programas aqui estudados vêm travestidos de certo discurso terapêutico mais ou menos elaborado, de acordo com o grupo social envolvido.

Outra reflexão pioneira sobre televisão brasileira foi o de Ondina Fachel Leal, no início dos anos 1980. Ela estudou a recepção da novela das oito, Sol de Verão, da Rede Globo, veiculada entre outubro de 1982 e março de 1983, a partir da etnografía de dois grupos distintos: um composto por famílias de "classes populares", residentes num bairro periférico de Porto Alegre; outro, por famílias da "classe dominante", sem uma caracterização geográfica predominante, porém todas dessa mesma cidade. Em A Leitura Social da Novela das Oito, mostra que a trama da novela - seu conteúdo culturalmente hegemônico - é apropriada e significada de maneiras diferentes por esses dois grupos, localizados em lados opostos na estrutura social em relação a "posse e possibilidade de posse de bens simbólicos institucionalmente consagrados" (1986, p. 28). Esses grupos são considerados por ela como "parâmetros relativizadores mútuos" (p. 43). Tais termos também ajudam a nomear os dois grupos sociais aqui analisados. Um recorte semelhante ao da autora foi feito, na medida em que, tanto membros de uma caravana da Grande São Paulo foram entrevistados, quanto integrantes da plateia do Dr. Gikovate. Os primeiros compõem uma vizinhança, tal como destaca Leal em relação ao seu grupo das "classes populares", porque moram ou num mesmo bairro, ou em bairros vizinhos do município. Ademais, é um grupo que partilha um compromisso, o dia a dia da caravana. Já os frequentadores do segundo grupo - que

corresponderia dos integrantes da "classe dominante" estudada pela autora – não possuem nenhum outro vínculo entre si a não ser o de compartilharem as gravações do programa de rádio.

# Segundo Leal:

A preocupação deste trabalho foi situar diversas reelaborações possíveis para uma mesma mensagem de um bem cultural produzido massivamente para diferentes públicos. Acompanhou-se uma telenovela e também as formas e os espaços em que esta se desdobra. Observaram-se [...] as especificidades culturais que a novela compõe e em que é composta, no momento de sua audição, tomando universos de classes e práticas sociais, o cotidiano e a vivência das pessoas como a matriz de significações das diferentes leituras de um mesmo texto (1986, p. 84).

Ao pedir que os entrevistados falassem sobre a trama da novela, Leal estabeleceu diferenças entre um e outro grupo. Enquanto a "classe dominante" descrevia de maneira sintética e objetiva qual a trama da história, os das "classes populares" a contavam com detalhes. "As narrativas da novela, aqui, são longas e detalhadas, contrastando com as narrativas de suas próprias histórias de vida que são lacônicas e dão a impressão, ao ser contadas, de que são incapazes de despertar qualquer interesse" (LEAL, 1986, p. 63).

Já nas entrevistas aqui feitas, pode-se observar que o público que vai às emissoras discorre sobre episódios de suas vidas ao falar de como conciliavam a vida doméstica e profissional com a televisão, e mesmo, ao contar de seus hábitos ou de seus filhos (ou de quem mais morasse na casa) para assistir à televisão ou ouvir rádio. Duas irmãs, integrantes da caravana, narraram histórias privadas nessas ocasiões. Uma delas, Clara, contou detalhadamente a história da doença de seu pai e do irmão, os tratamentos conseguidos, e seu relacionamento com ambos, antes e durante a doença. Diferentemente de sua irmã, Lourdes, que não os mencionou. Ela, por sua vez, falou dos filhos — a formação escolar e a ida de um deles ao nível superior, a inserção no mercado de trabalho, a aquisição de bens (moto e carro), os prováveis casamentos com as atuais namoradas, o modo como o pai ainda os mimava comprando pão fresco diariamente para o café da manhã; destacou, em sua narrativa, a ascensão social da família. O bairro em que eles moram cresceu: há trinta anos "era mato em volta da casa", quase não tinha vizinhos e não havia luz elétrica; hoje o ônibus "passa na porta" e, como o bairro, sua casa também se expandiu, com a construção de novos cômodos.

De maneira geral, não é possível afirmar que essas entrevistadas concebam suas vidas como "incapazes de despertar interesse" (1986, p. 63), tal como Leal em relação às suas entrevistadas. Diferentemente dos entrevistados do programa *No Divã de Gikovate*, que falavam com relativa parcimônia de sua vida pessoal e familiar,<sup>34</sup> narraram histórias tristes – a

<sup>&</sup>lt;sup>34</sup> Esse tópico é retomado adiante, no capítulo 5 "Participantes da plateia em *No Divã do Gikovate*".

demora no diagnóstico do pai, a dificuldade de acesso ao tratamento de saúde do irmão, a solidão, a vida dedicada à família; outras trouxeram a vida sexual infeliz com o marido, a vida dura de faxineira, a dificuldade de se relacionar com outro homem depois da viuvez, o final do casamento, a criação e a educação dos filhos sozinhas, a migração para São Paulo, a impossibilidade de estudar, o trabalho desde novas —, e outras ainda, mostraram-se alegres, quando trataram da escolaridade dos filhos, da ascensão social da família, do trabalho que traz independência em relação ao marido.

Elaborada quase quinze anos depois da análise de Leal, "Muitas mais Coisas": Telenovela, consumo e gênero (2002), de Heloísa Buarque de Almeida, segue uma perspectiva semelhante em sua pesquisa de recepção. A antropóloga fez uma extensa etnografía: por mais de sete meses, entre 1996 e 1997, assistiu à novela das oito horas O Rei do Gado, também da Rede Globo, e conversou sobre televisão com famílias de diferentes extratos sociais em Montes Claros. Em sua descrição, além da distinção de classe, destacou o gênero e a faixa etária como elementos importantes para se compreenderem as muitas apropriações dos temas tratados – geralmente relacionamentos amorosos e familiares –, bem como a reflexão suscitada por esses temas nos telespectadores. Almeida observou ainda que padrões de consumo divulgados promoviam um processo de reflexão a respeito de representações partilhadas e sua revisão.

Esther Hamburger dedicou-se também ao estudo do referido programa televisivo de maior audiência nacional em *O Brasil Antenado: A Sociedade da Novela* (2005). Debruçou-se sobre esse produto da indústria televisiva a partir de diferentes perspectivas: analisou historicamente os temas tratados pelo folhetim, dos anos 1960 até o início dos 2000, evidenciando as mudanças de seu conteúdo; elaborou uma etnografía da produção, revelando um imbricado processo entre o desenvolvimento do enredo e sua recepção, expressa nos movimentos dos índices de audiência e nos grupos focais realizados pela emissora; verificou, mobilizando índices de audiência, que havia uma disjunção entre o grupo alvo e aquele que de fato assistia às novelas. Um grupo social mais escolarizado era visado enquanto parcela da audiência era composta pelas classes D e E.

Vale mencionar as reflexões que trataram dos *reality shows*, sobretudo o formato do *Big Brother Brasil* (ALMEIDA, 2003; ALBUQUERQUE, 2005, entre outros). Em linhas gerais, esses trabalhos focam uma edição específica do programa e analisam as interações vivenciadas na casa por meio das emissões veiculadas, ao lado de reportagens publicadas na imprensa. Partindo de perspectivas teóricas diferentes, esses estudos procuram articular aspectos das relações tecidas entre os participantes a traços mais gerais da sociedade

contemporânea, como as mudanças na construção de identidades, na relação consigo mesmo e com o outro.

Inspirada pelas perspectivas metodológicas desses trabalhos, buscou-se, assim, harmonizar algumas abordagens já consagradas considerando a indagação desta pesquisa quanto aos sentidos atribuídos pelos participantes ao exporem suas histórias no ar. Uma análise mais interna, voltada às imagens e aos diálogos veiculados ao grande público (as narrativas tecidas pelos participantes e as falas do apresentador e do especialista), foi tramada na medida em que trazia esclarecimentos ao processo de produção desses bens culturais (a criação dos temas, a seleção dos convidados, a mobilização das caravanas dentro e fora dos estúdios), assim como das interações que acontecem nas gravações.

Um recurso acionado desde o início para a montagem deste texto foi o da comparação. Relacionar recortes dos mundos sociais da televisão e do rádio, estabelecendo traços de semelhança e de disparidade entre o "estilo afetivo terapêutico" divulgado por eles, foi fundamental para iluminar e relativizar os universos mentais dos dois grupos sociais estudados, assim como objetivar diferentes experiências sociais e "práticas culturais" para integrantes desses mundos.

Há ainda um segundo movimento comparativo, realizado de modo pontual na argumentação, na qual se cotejam os programas brasileiros com os franceses a fim de criar outros matizes para as produções brasileiras e seus integrantes.

Como sugerido na pesquisa de Fernandes e também aqui, uma interpretação distinta acerca da participação tanto na plateia quanto no palco é elaborada se forem levadas em consideração as interações daquelas mulheres que vão – organizadas em caravanas, levadas pelas "agências", ou ainda selecionadas e convidadas pela produção – às gravações. Desse modo, outros sentidos – também positivos – podem ser atribuídos à atuação no auditório. Variados métodos e técnicas de pesquisa qualitativa foram necessários para se revelar, assim, complexos e intrincados mundos sociais no interior da indústria cultural.

# 2 Programas com pessoas comuns

Nós não explicamos um quadro: explicamos observações sobre um quadro. Dito de outra forma, somente explicamos um quadro na medida em que o consideramos à luz de uma descrição ou especificação verbal dele. [...] Toda explicação elaborada de um quadro inclui ou implica uma descrição complexa desse quadro. Isso significa que a explicação se torna parte de uma descrição maior do quadro, ou seja, uma forma de descrever coisas nele que seriam dificeis de descrever de outro modo. Mas, se é verdade que a "descrição" e a "explicação" se interpenetram, isso não nos deve fazer esquecer que a descrição é a mediadora da explicação.

#### Michael Baxandall

Muitos dos aspectos envolvidos na descrição e explicação de um quadro podem ser mobilizados para os programas aqui estudados, ou seja, o estudo de um quadro pode servir de metáfora para o de uma emissão, uma vez consideradas as dimensões da produção, circulação e consumo desses bens culturais; dito de modo sucinto, as emissões (ou um quadro) encerram a história do processo de trabalho de um ou mais agentes sociais e a experiência de seu consumo por um grupo social específico (cf. BAXANDALL, 2006, p. 39). Neste capítulo, essas dimensões foram privilegiadas para abordar os três programas que, de maneira semelhante, contam com a participação de pessoas comuns, no palco e plateia. Vale notar que essa expressão – pessoas comuns – abarca quem participa dos programas no rádio e na televisão (ainda que sejam pessoas vindas de grupos sociais distintos). Faz referência àquelas pessoas que, antes da aparição na mídia, eram anônimas, desconhecidas do grande público, ou seja, não possuíam nenhum vínculo com o universo artístico-televisivo, das "celebridades". É uma categoria nativa, na medida em que aparece nos sites do SBT ("cidadãos comuns") e Band ("pessoas comuns") para indicar aqueles que frequentam seus palcos. Ademais, essa expressão está na literatura sociológica acerca do tema: Mehl a menciona logo no início de

seu livro "as pessoas comuns saídas uma noite do anonimato" (2006, p. 7, tradução e grifos nossos) e Ehrenberg fala de "quaisquer pessoas [...] que nunca teriam sido notadas – é a figura do vizinho" (1993, p. 24-25)<sup>35</sup>, que participariam desses programas. Esse é o sentido retido e mobilizado aqui, indicando aqueles que frequentam os palcos e os auditórios das emissões analisadas no presente texto. <sup>36</sup>

# Casos de Família – a busca por convidados

Casos de Familia é veiculado pelo SBT, durante a semana, no período vespertino. Ao longo de seus nove anos de existência (está no ar desde 2004), seu horário variou pouco na grade de programação, sendo exibido na faixa entre 16h e 17h.

Nele, "convidados" – expressão usada pelos profissionais do SBT para se referir às pessoas comuns que participam no palco – contam e discutem no ar histórias que diriam respeito à sua intimidade. Essas histórias trazem conflitos vividos, sobretudo, no âmbito familiar – entre irmãos, marido e mulher, pais e filhos, sogros e noras/genros –, e doméstico – relacionamentos entre vizinhos, amigos e outros parentes.

As cinco equipes que trabalham no programa são formadas por um "chefe de equipe", geralmente um produtor já formado, e por quatro ou cinco estagiários de produção, estudantes de Rádio e TV ou Jornalismo. Eles fazem "pesquisa de rua", isto é, procuram "na periferia" de São Paulo candidatos, cujas histórias se encaixem na pauta de temas. Além disso, pensam em convidados especiais ou adereços para o cenário, de acordo com os "casos" (como se referem às histórias que vão ao ar) trabalhados.

Esses profissionais são ajudados na busca por participantes pelas chamadas "contatos" – geralmente mulheres moradoras de bairros afastados, desempregadas e com tempo livre

<sup>&</sup>lt;sup>35</sup> Os trechos são: "des personnes ordinaires sorties un soir de l'anonymat" (MEHL, 2006, p. 7); "les gens quelconques [...] des gens qu'on n'aurait jamais remarqués – c'est la figure du voisin" (EHRENBERG, 1993, p. 24-25).

<sup>&</sup>lt;sup>36</sup> Há, ainda, um segundo sentido, mais restrito, quando pesquisadores como Macé (1992) e França (2006) utilizam a mesma expressão: eles se referem a pessoas oriundas das "classes populares", isto é, "populações de baixa renda e precárias condições de vida" (2006, p. 7). Esse não é o sentido atribuído no texto, portanto, quando esses autores forem mencionados, e a expressão carregar esse senso restrito, será explicitado por meio do uso das aspas.

<sup>&</sup>lt;sup>37</sup> O produtor executivo chamou-me a atenção para a diferença entre "participante" e "convidado": esta última seria uma maneira mais carinhosa de tratar a pessoa que ajuda a compor o programa. Ela recebe a mesma designação que as "celebridades", em outras emissões. Já participante é aquele que integra a plateia.

para procurar em suas comunidades pessoas que aceitem revelar seus dramas no ar. As contatos possuem um vínculo informal com a emissora e trabalham a partir de uma pauta de temas já definida. Quando encontram possíveis "casos", agendam uma entrevista – na casa de um deles – com um dos profissionais da produção. Esta é a primeira de duas entrevistas; o profissional irá conhecê-los e verificar se conseguem expressar-se em um programa de televisão. Também irá verificar a "autenticidade" das histórias contadas: se aquelas pessoas são parentes ou vizinhas, conforme afirmaram, e se o conflito procurado é vivenciado por elas. Desse modo, uma primeira entrevista é realizada *in loco* e, se forem aprovadas, outra acontecerá na emissora. Se forem aceitas, a "contato" ganha R\$ 20 por pessoa, enquanto que cada participante recebe R\$ 80 – no dia da gravação. 39

O trabalho realizado pelas contatos possui duas dimensões: numa delas, é aproximado ao dos produtores quando fazem "pesquisa de rua". É, porém, considerado mais árduo, uma vez que a busca dos possíveis convidados é, em grande medida, realizada por elas. São as contatos quem primeiro explicam o funcionamento do programa e analisam a possibilidade de participação. Os profissionais da emissora são chamados somente após essa pré-seleção feita. Além disso, elas buscam pessoas específicas, que correspondam à pauta estabelecida pela produção, ou seja, não lhes cabe sugerir novos temas para a gravação. Periodicamente, de acordo com seu desempenho, uma lista com novas demandas lhes é passada. Elas "arrumam casos", portanto, para três ou quatro produtores e estagiários ao mesmo tempo.

Uma senhora, há três meses como contato, destacou a dificuldade desse trabalho por ser a primeira figura numa hierarquia de profissionais entre possíveis convidados e a emissora. Elas são responsáveis pela primeira seleção, assim como por reunir e acompanhar os convidados, depois de eles serem aprovados pela equipe da produção, no dia da gravação.

Neide - quem mais trabalha somos nós, contatos, porque eles ficam lá, não é? É, os meninos [da produção] já me falaram isso.

Neide - Eu arrumo um caso, chego lá, converso - eu sou a primeira que vou ali - você é o pai, você é a mãe, você é isso e aquilo, tem que falar a verdade, não pode falar mentira, nem se eu arrumar uma mentira não pode, porque chega lá e eles percebem, não deixam mais eu fazer. Como eu estou sabendo, o moço [da produção] veio e falou como é, eu vou, ligo para a pessoa e tal. [...] É uma coisa difícil. Depois, é só eu ligar para eles [produtores] 'achei um caso'. Aí eles vêm. Eles mandam carro

2

<sup>&</sup>lt;sup>38</sup> Por serem em sua maioria mulheres, as referências no texto serão feitas com o artigo feminino.

<sup>&</sup>lt;sup>39</sup> Esses valores se referem a 2009. Dois anos mais tarde, houve um aumento de dez reais para o "cachê" da contato. Ela passou a ganhar R\$ 30. O fato de as contatos, as caravanistas e os convidados referirem-se ao seu pagamento como um "cachê" – termo comumente usado para a remuneração que ator, músico ou outro artista recebe por apresentação – é significativo, pois remete à ideia de que elas também se sentem como parte do "show", como qualquer artista. Diferentes aspectos desse pertencimento são analisados nos capítulos 3 ""Garotas de programa": produção do auditório e do palco" e 4 "Convidados do palco na TV".

para mim, se eu precisar, se eu quiser. Se eu quiser andar de carro eu vou. Mas eu não gosto, prefiro mais andar a pé. Eu vou às casas e converso. Eu acho que é assim, quem mais "camela" é a gente. Pelo amor de deus! E eles [os convidados] ainda falam: 'só isso vou ganhar? A minha história vale R\$ 200' (NEIDE, entrevista, 25/1/2011).

Numa segunda dimensão, esse trabalho de intermediação é visto como criativo e aproximado ao do diretor do programa uma vez que permite que elas "preparem" a pessoa para o papel que irá desempenhar no palco. Elas ainda acompanham da coxia, no dia de gravação, a atuação de "seu" grupo de convidados. Em outro momento da entrevista, essa mesma contato, uma senhora de 54 anos, divorciada e com três filhos, afirma:

Neide - O legal de ser contato do SBT, de Casos de Família, é assim... acho que eu já tenho mais de cinco gravações... minhas histórias. Mas tem que ser realidade, verdadeira. Se for mentira, eu estou fora. O duro é isso, levar a verdade. E os outros vêm lá e falam 'mas olha que baixaria'.

Jéssica e Raimunda - Acham que é tudo mentira!

Neide - O que acontece? Quando foi o dia que passou o meu, foi dia 29 deste ano [ela se confunde, foi veiculado em dezembro do ano anterior], menina, eu fiquei como se fosse eu que tivesse gravado! A gente fica assim [risos]. É que é a gente que monta. Não é que monta mentira, cada um tem o seu caso. Fui eu que os levei e que os treinei, falei 'é assim, vocês têm que ser assim', eu me senti uma diretora. [risos] (NEIDE, JÉSSICA e RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

A contato sente-se parte da criação do show televisivo, uma das autoras da história. Ela encontra as pessoas, "monta" e as "treina" para a gravação – "não é que monta mentira, cada um tem o seu caso" – atenta ao fato de que a "mentira" é vedada. Ela se empenha para encontrar histórias "reais e verdadeiras"; no entanto esse limite entre "verdade" e "mentira" é apontado por seus vizinhos, telespectadores, desconsiderando, de certo modo, o seu trabalho autoral.

Cada um dos três ou quatro "casos" apresentados numa emissão de uma hora de duração é composto por duas, três, ou até quatro pessoas, que discordam a respeito de algum assunto. Os conflitos são apresentados ao telespectador com a mediação da animadora Christina Rocha, que introduz o tema a ser abordado e as histórias narradas pelos convidados, bem como conversa com eles fazendo-lhes perguntas. Geralmente, ao final, o psicólogo do programa é chamado para comentar os "casos", orientando e aconselhando os envolvidos.

Esse programa, desde a estreia, conta com as intervenções da Dra. Anahy D'Amico. Três anos após o início, outro psicólogo foi contratado para dividir com ela (uma senhora branca) as gravações. Dessa vez, um homem negro – o Dr. Ildo Rosa da Fonseca. Segundo a assistente de direção, Monique, era preciso que fosse homem e negro, pois, embora a audiência fosse composta, sobretudo, por mulheres, havia também homens. Tratava-se de uma

população majoritariamente negra e mulata. Queriam, portanto, um profissional com o qual o público pudesse se identificar. <sup>40</sup>

## Criação de temas

Os temas são criados pelos profissionais das equipes de produção a partir de suas próprias experiências familiares, bem como a partir de reportagens e de seções como "cartas dos leitores", de revistas femininas (*Tititi* e *Marie Claire*, por exemplo), e sujeitos à aprovação do diretor. Essa pauta é dividida entre as equipes da produção e as suas respectivas contatos.

Há temas considerados "pesados" pela produção – os que trazem reencontros de pessoas desaparecidas ("Juro, minha querida, que vou te encontrar", exibido em 28/3/2011) ou casos de violência doméstica ("Estou dormindo com o inimigo", exibido em 16/3/11), por exemplo –, e temas "leves" – como o de duas irmãs que se distanciaram por uma ter iniciado a carreira de cantora e ter deixado a cidade natal. O episódio mostrava as saudades de uma irmã e dava oportunidade à outra de cantar com sua banda por quatro ou cinco minutos em rede nacional ("Você mudou depois que veio para São Paulo", exibido em 6/4/2011).

Para as contatos, por sua vez, os temas são classificados de acordo com a facilidade ou a dificuldade para encontrar pessoas dispostas a participar. Segundo uma contato da Zona Leste de São Paulo, que trabalha para o programa há dois anos e meio, há temas fortes que dificultam o convencimento. Os convidados não aceitariam com facilidade se mostrar assumindo uma posição extremada, seja nas relações familiares seja nas conjugais. Segundo Maria:

eles querem briga de irmão, mas querem uma briga feia mesmo: 'Você é meu irmão, mas eu te odeio'. É uma coisa muito forte. Tem temas que eles colocam que dá para encarar, mas eu acho que eles poderiam colocar na tarja da TV, mas na hora de passar para o papel, que não fosse tão forte (entrevista, 24/8/2011). 42

<sup>41</sup> Os temas mencionados a seguir estavam sendo produzidos no mês de agosto de 2011e faziam parte da pauta de trabalho da contato entrevistada.

<sup>&</sup>lt;sup>40</sup> Dr. Ildo deixou o programa no início de 2011.

<sup>&</sup>lt;sup>42</sup> Essa estratégia cogitada pela contato foi usada pelo programa estadunidense estudado por Linda Grindstaff, o *The Jerry Springer Show*, no qual a produção não explicitava inteiramente o conteúdo do programa aos convidados. Era somente durante a gravação que as pessoas podiam entender a qual assunto sua participação estaria associada. Para esse tópico, ver Grindstaff (2002).

Ela gostaria que, no momento da seleção, as contatos pudessem buscar por intrigas mais leves e, somente na difusão da emissão, haveria uma legenda que, ao nomear o conflito, aumentaria o grau da intriga, tal como a vontade da produção. Ela não veria problema de o ajuste ser feito sem o consentimento do convidado. Um tema com dificuldade semelhante foi "Se o inferno fosse aqui, nem o diabo te aguentaria", no qual seriam levados ao palco casais brigados. Em ambos os casos, a contato tenta amenizar a intriga demandada, pois um casal ou irmãos brigados não iriam querer conversar, muito menos no palco – "você vai dizer, assim, 'bem, vem comigo ao programa?'. Ele vai te mandar para o inferno". Desse modo, "se for levar a ferro e fogo é [difícil]. Se estiver realmente brigada com seu marido, encrencando com ele, não vai rolar. Tem que ter briga, mas que eles conversem" (MARIA, entrevista, 24/8/2011). 44

Outro tema considerado por ela difícil foi "Boi sonso, chifrada na certa", posto que homens deveriam mostrar-se conscientes da traição conjugal de suas companheiras – uma combinação rara de se ver nos programas de auditório. <sup>45</sup> Para ela, é nítida a difículdade de um assunto como o adultério ganhar publicidade, fora da família:

Você acha que o cara que é chifrado, que todo mundo fala... suponhamos, às vezes, tem *em off*, na sua casa, na minha casa, pode ter um parente, 'acho que essa aí traí o marido' [diminui o tom de voz], 'essa daí eu não sei não'. Mas até levar a público isso. E a mulher tem que negar [no palco]. Mas onde há fumaça, há fogo! O cara vai ficar com a pulga atrás da orelha. Esse não é fácil (MARIA, entrevista, 24/8/2011).

Se esses temas fazem com que os convidados assumam posições extremadas na família – odiar um irmão – ou de desprestígio e vergonha – ser traído e ser adúltera –, isto é, temas que questionem valores socialmente partilhados (nos exemplos, o amor fraternal e a fidelidade da esposa), há outros temas cuja dificuldade relaciona-se a convenções do programa. Em "Minha mãe é melhor que a sua", a contato deveria encontrar um casal e suas respectivas mães. Reunir as duas mães se colocava como algo difícil – ela procurava há mais de dois meses por um quarteto –, pois, entre os possíveis casais selecionados ou uma das progenitoras já tinha falecido ou morava em outro Estado. E o programa não dispõe de recursos para trazer candidatos distantes. Já em "Quando você vai ser o meu pai?", ela

.

<sup>&</sup>lt;sup>43</sup> Em outros termos, não se questiona a possível manipulação da produção. No entanto, esse tipo de medida não foi observado durante a pesquisa.

<sup>&</sup>lt;sup>44</sup> Esse tema foi apresentado anteriormente, segundo a entrevistada, sob outra formulação: "Se eu te mandasse para o inferno, nem o diabo te aceita", indicando como um mesmo tema – a briga de casais – ganha uma nova roupagem e é reapresentado ao público.

<sup>&</sup>lt;sup>45</sup> O tema do adultério é tratado, porém, não com esse formato. É mais comum as mulheres ocuparem o papel de reclamantes e os homens de supostos traidores, do que a situação inversa. Ver adiante os temas exibidos em *Márcia*.

precisaria encontrar um "pai ausente" e que não morasse na casa do filho. Como é convenção do programa levar convidados ao palco maiores de 18 anos, <sup>46</sup> essa restrição da faixa etária trazia mais dificuldades à busca.

Apesar das dificuldades apontadas pela contato, todos esses programas foram ao ar (com exceção de "Minha mãe é melhor que a sua") até o final de 2011, ou seja, nas semanas que se seguiram à entrevista.

Já entre os temas fáceis de convencer estavam aqueles nos quais as disputas não questionavam valores estabelecidos. Em "A galinha do vizinho é sempre mais gorda do que a nossa", cuja instrução para a contato era a de buscar casais que comparassem sua situação com a de vizinhos, a questão da suspeita do adultério foi novamente exibida. Neste caso, entretanto, tratava-se de uma suposta traição masculina: a mulher desconfiava que seu marido a traíra com a vizinha. Em outras palavras, o trabalho da contato é facilitado e as pessoas aceitam participar mais facilmente quando o tema se volta ao adultério masculino.

Ao longo da pesquisa de campo, acompanhando o trabalho dos produtores nas gravações e nas entrevistas *in loco* com candidatos ao programa, foi possível perceber que alguns temas são criados para aproveitar pessoas com disponibilidade e vontade de participar ou, ainda, que até já tenham sido selecionadas, porém não tenham conseguido entrar no palco no dia da gravação. Dois irmãos foram selecionados por uma contato para participar de "Está nascendo uma nova *dragqueen*". Ela, contudo, não conseguiu se comunicar a tempo com a produção: o episódio foi, então, montado com outros participantes. Esses irmãos e dois amigos comporiam, depois, um dos "casos" de "Você ainda não entendeu que acabou", em abril de 2010. No entanto, como a história do primeiro "caso" foi apresentada e comentada nos quatro blocos que compõem o programa, o quarteto foi convidado, novamente, a retornar à emissora em outra oportunidade. Gravaram "Gêmeos talentosos", que foi ao ar no final de junho de 2010.

Em uma entrevista *in loco* para selecionar participantes de "Mãe, perdoe meus irmãos", uma mulher e suas duas filhas não foram aprovadas pelo "chefe de equipe". De acordo com os comentários da contato Regina e a apresentação feita naquele encontro, tratava-se de uma mãe que brigava com a filha mais velha por ser "roqueira"; a mais nova iria tentar aproximá-las. A mãe até havia feito com que ela desistisse do namoro com um rapaz de vinte anos (a moça tinha quinze na época) e também roqueiro. Para o "chefe de equipe", o caso era "fraco" e "mais visual". Como mãe e filha se falavam e moravam juntas, parecia não

.

<sup>&</sup>lt;sup>46</sup> O Juizado de Menores proíbe que menores de 14 anos frequentem os auditórios de TV e menores de 18, o palco.

haver conflito suficiente para o tema proposto. Além disso, a irmã que proporia a "reconciliação" tinha apenas treze anos (apesar de aparentar mais idade) e precisaria da autorização do Juizado de Menores para participar da gravação. No dia da visita, em julho de 2010, uma equipe da prefeitura trabalhava dentro da casa em que a família morava, pois o córrego que passava em frente a ela estava sendo canalizado. A mãe, para poder ir ao SBT, junto com suas filhas, sem interromper o trabalho dos pedreiros, e sem deixar seu terceiro filho sozinho, chamara a irmã. Ao perceber que aquele trio não iria funcionar (não se adequava ao tema e uma das filhas era nova demais), o "chefe de equipe" sugeriu criar outro tema, cujo mote seria "aceitação". Naquele mesmo instante, ligou para a produtora responsável pelas entrevistas e perguntou se seria possível, já que o "caso" era "fraco". O novo tema foi aceito. Por ser "mais visual", segundo o produtor, poderia ser "mais produzido": a menina vestida de roqueira e bandas de rock no palco. Convidou a tia para substituir a sobrinha de treze anos e ela aceitou.

De um lado, estava armada a demanda de um novo tema "mais visual": já com um trio para participar, precisariam de novas pessoas e, talvez, bandas que tocassem no episódio. De outro, embora aquelas pessoas pudessem participar, elas não se adequavam ao "caso" que seria gravado dois dias depois. Era preciso, portanto, que a contato continuasse procurando. Para o produtor, o ideal seria encontrar uma moça que não falasse com a mãe por ter engravidado e que buscasse, então, seu perdão. A contato afirmou que até conhecia famílias assim, porém, eram meninas menores de idade e que não poderiam participar. Era difícil conseguir "casos" com maiores de idade nessa situação.

Um mesmo assunto – *ciúme* – ganha versões variadas conforme os aspectos destacados. O marido com ciúmes da esposa já foi tratado em diferentes episódios: quando ela sai com as amigas; a esposa que trabalha fora; as roupas da esposa (consideradas inadequadas), ou ainda, "Eu quero um marido e não um segurança" (gravação, 26/3/2011). Este último título foi proposto pela assistente de direção, depois de ela e seu marido irem ao show de Beyoncé, em São Paulo. Ele ficou parado atrás dela, de braços cruzados, e sem dançar, durante todo o evento. Foi lá que ela "pensou precisar de um marido e não de um segurança", lembrando-se de "meninas ricas que vão para a balada e levam seus seguranças

.

<sup>&</sup>lt;sup>47</sup> A falta de conflito também fez "cair" o tema "Você é uma pessoa incrível", em que convidados declarariam suas paixões platônicas. A contato Maria ficou contrariada com essa decisão, pois não concordava com a diretriz do programa para privilegiar temas com conflito, "barraco" diz ela. "*Casos de Família* pode ter de tudo. Pode ter emoção, não pode?" (MARIA, entrevista, 24/8/2011). Seria uma oportunidade para uma dona de casa, selecionada por ela, se declarar.

pessoais" (MONIQUE, entrevista, 26/3/2011). <sup>48</sup> Uma experiência pessoal da assistente de direção – a ida ao show de uma cantora internacional e o comportamento de seu marido – foi o ponto de partida para a criação de um novo episódio do programa. Em outros termos, sua experiência foi "traduzida", seguindo as concepções que a produção tem acerca do público do programa.

Cabe destacar, com esse exemplo, a circularidade das ideias nas etapas constituintes do processo de produção – a concepção, a escolha dos convidados, a montagem do cenário e a interação no palco. Os "casos" levados para a gravação deste episódio são distantes da situação vivida pela assistente de direção: eram mulheres cujos maridos são ciumentos, sendo um deles, de fato, segurança em uma casa noturna. Numa das histórias, uma moça reclamava que o marido tinha ciúmes até de seus sonhos. Contou ter sonhado que estava no zoológico e o marido enciumou-se do macaco. Para dar "graça" ao caso, o assistente de palco vestiu uma máscara de macaco, cruzou o palco pulando, abraçou a moça e a levou para a coxia. O marido, no palco, ficou reclamando para a apresentadora Christina Rocha.

Em nome da comicidade ou de histórias consideradas "visuais", a equipe de produção pode optar por "produzir" um caso levado ao palco. Diferentes objetos e decorações são usados para compor esses cenários. Desde uma máscara, usada pelo assistente de palco, até camas e todos convidados vestidos com pijamas.

Durante as gravações, a apresentadora e o diretor também sugerem temas, ao convidar as pessoas para retornarem ao programa. De acordo com diferentes profissionais da emissora, os convidados não podem participar mais de uma vez em uma emissão do SBT, porém, se um apresentador convida no ar, a regra muda. No episódio relatado a seguir, a que três entrevistadas assistiram da plateia, uma senhora foi convidada pela segunda vez:

Neide - [...] Agora, se a Christina fala assim, sabe aquela moça da balada? Quero que volte ao programa. Daí eles chamam a pessoa. Se ela pedir. Ou se o diretor achar que aqueles lá foram legais, bacanas, vamos chamar de volta. Aí pode.

Raimunda - No dia 19 eu fui a uma gravação, fomos para o auditório, e uma senhora lá disse que era viúva. Ela fazia... você entendeu? Com o marido dela – já morto! [risos] Aí fizeram a gravação, só que ela voltou de novo, só por causa disso. Criaram o tema 'Ele morreu, mas a vida continua' e ela participou de novo. E ela tinha acabado de ir.

Jéssica - O tema que ela faz foi 'Minha mãe não me visita'. E ela explicou o motivo: ficou deprimida porque perdeu o marido.

Raimunda - Ela transava com o marido no sonho. Ele vinha de noite.

40

<sup>&</sup>lt;sup>48</sup> O show da cantora estadunidense, feito no Estádio do Morumbi no início de fevereiro de 2011, teve a abertura de Ivete Sangalo e os ingressos na bilheteria custavam entre R\$ 35 (meia-entrada para arquibancada) a R\$ 600 (pista *premium*) (Disponível em: <a href="http://guia.folha.com.br/shows/ult10052u668609.shtml">http://guia.folha.com.br/shows/ult10052u668609.shtml</a>>. Acesso em: 30/3/2011).

Jéssica - Dessa história dela surgiu esse outro tema...

Neide - Nossa, há quanto tempo? Você acredita que ela faz amor com o morto?

Raimunda - Quinze anos. Ela [Christina] prometeu e ela foi.

Em sonho?

Jéssica - Em sonho. [risos]

Raimunda - Imagina!

Neide - E a Christina gosta de uma bagunça, né? Ela falou 'pois então a gente vai achar um tema para você voltar e falar do marido que morreu.

Jéssica - Ela achou interessante...

Raimunda - E ela fez, gravou de novo.

Nesse caso foi a Christina quem chamou de novo?

Raimunda - É. Fez de novo. E quando ela chama a pessoa, ela fala no ar: 'eu prometi e o que eu prometo eu cumpro'. Quando vai apresentar de novo, aparece na tela o jeito que ela falou, a palavra dela. É porque não pode ficar gravando. Como eu, gravar um monte, se fosse [possível] eu estaria na televisão toda hora. Em Casos de Família todo dia seria eu! [risos]

Neide - Eu ligo para ela e falo 'tenho um tema assim' e ela responde 'cabe para mim', 'você já participou. Não pode mais!' [risos] (NEIDE, JÉSSICA e RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011). 49

Desse modo, durante a pesquisa empírica, alguns momentos de criação foram flagrados. Eles não acontecem de maneira isolada no processo de produção: ao contrário, ocorrem na própria busca por participantes (como no caso da mãe e suas duas filhas que foram consideradas "caso fraco" para o tema proposto; sua história suscitou a proposição de outro episódio) e mesmo no desenrolar das gravações (os gêmeos que não entraram na gravação devido ao tempo e foram chamados para outro episódio ou a senhora que participou em duas ocasiões diferentes, a convite da apresentadora).

# Apresentação do programa

No site da emissora, o "novo Casos de Família" – isto é, o que tem Christina Rocha como âncora – é descrito da seguinte maneira:

O novo Casos de Família é um talk show diferente apresentado pela jornalista Christina Rocha. De segunda a sexta, às 16h30, o programa recebe familiares, amigos e até mesmo inimigos que têm algum conflito ou questão para ser resolvida.

<sup>&</sup>lt;sup>49</sup> Destaca-se nesse diálogo a maneira como as entrevistadas se referem à sexualidade de uma viúva que foi ao palco: para elas, essa senhora sonhava que transava com o marido morto há anos, tal como ela mesma havia afirmado no palco. Esse gesto – uma prova de amor ao falecido – não foi interpretado como um ato de masturbação, considerado provavelmente inadequado para uma senhora viúva.

O programa é baseado nos conflitos interpessoais que acontecem entre membros da mesma família, vizinhos e até no ambiente de trabalho. Os problemas do cotidiano de qualquer família podem ser abordados, independente da classe social.

Esses anônimos revelam suas histórias e abrem suas vidas supervisionados pelos psicólogos Anahy D'amico e Ildo Rosa da Fonseca. "Esse é o único programa do gênero que tem um psicólogo" explica a apresentadora Christina Rocha.

A plateia também participa da atração com opiniões e perguntas sobre as histórias contadas no palco.

As experiências narradas pelos convidados no Casos de Família são sempre verídicas. A alma do programa é a credibilidade que ele tem entre os telespectadores e o público em geral.

(Disponível em: <a href="http://www.sbt.com.br/casosdefamilia/programa/">http://www.sbt.com.br/casosdefamilia/programa/</a>>. Acesso em: 21/10/2009).

Já a primeira versão do programa, apresentado por Regina Volpato entre 2004 e 2009, era mostrada ao público como preocupado em ajudar seus participantes. No site do SBT, afirmava-se: "a intenção é orientar e até mesmo solucionar os casos apresentados contando com a participação de um profissional especializado em comportamento". A despeito de a condução do programa ter mudado — de uma "postura sóbria e imparcial" da primeira apresentadora para uma mais escrachada e brincalhona da segunda —, a ideia de tentar, por meio da comunicação entre as pessoas, orientar e dar uma solução aos conflitos narrados persiste. A presença no palco e, sobretudo, a intervenção dos psicólogos reforça essa intenção:

O meu trabalho aqui é dar uma luz através de tudo que eu vejo, de tudo que acontece aqui. É um aconselhamento mesmo, dar um direcionamento para a pessoa, para ela refletir, pensar no que está acontecendo. Às vezes, se a pessoa está com um problema mais sério, a gente fala que seria legal a pessoa procurar um médico de tal área. Você tenta dar um direcionamento para a pessoa buscar, não dá para fazer mais do que isso (ANAHY D'AMICO, entrevista, 26/3/2011).

Nessa mesma apresentação, é dito que o programa trata de problemas cotidianos de "qualquer família", "independente da classe social". Seriam conflitos que perpassariam as diferentes configurações familiares, de níveis socioeconômicos distintos. A versão anterior também chamava a atenção para a abrangência dos "casos" narrados, pois afirmava que "retrata a vida de cidadãos comuns". Seriam pessoas desconhecidas, cujos problemas e conflitos levados ao ar diriam respeito a todos. As falas tanto de uma apresentadora quanto da outra, no início da emissão para anunciar o tema tratado, reforçam essa suposta abrangência dos "casos": "Quem não convive com alguém que fala demais? Quem já não lamentou a

<sup>51</sup> Vale notar que esse estilo de comunicação, a fim de solucionar conflitos, é característico do discurso terapêutico, segundo Illouz (2008). Esse é um dos aspectos desse discurso que chega a esse grupo social.

<sup>&</sup>lt;sup>50</sup> Disponível em: <a href="http://www.sbt.com.br/casos">http://www.sbt.com.br/casos</a> familia/programa/>. Acesso em: 20/6/2008.

ingratidão de um parente? Quem já não suspeitou que uma amiga lhe traíra a confiança?" (FREIRE FILHO, 2008, p. 4). Essa mesma ideia é sintetizada pela psicóloga:

Quem que não tem na família uma pessoa que usa droga em qualquer camada da sociedade? Que bebe? Que traiu a esposa? Que descobriu que o filho é homossexual? Que foi traída pelo marido? Que traiu o marido e não sabe o que fazer? Isso acontece em qualquer classe social, em qualquer país do mundo. Mas muitas pessoas escondem, não têm coragem de vir aqui falar. Quem não briga com pai e mãe? Quem não tem um filho que desobedece? É que tem horas que aqui [na gravação] foge, tem aquela pilha toda. O que muda é a maneira de lidar (ANAHY D'AMICO, entrevista, 26/3/2011). <sup>52</sup>

Embora os convidados do palco pertençam às classes D e E, segundo a assistente de direção Monique, ou "morem em favela", conforme Dra. Anahy D'Amico, os problemas que enfrentam seriam comuns aos de "qualquer classe social". A distinção estaria no modo como cada grupo social "lida" com eles. Ainda de acordo com a psicóloga: "eu só acho que eles [os convidados] têm mais motivação para virem falar, menos vergonha, menos a perder, não se preocupam com algumas coisas, estão no limite em muitas situações; então, para eles é até legal vir aqui. Vão ser ouvidos" (ANAHY D'AMICO, entrevista, 26/3/2011). Casos de Família consistiria, assim, num espaço de escuta para os menos favorecidos. Já as camadas mais abastadas teriam vergonha até de afirmar que assistem ao programa. Diz ela:

O programa é feito para todos os públicos, mas as pessoas de classes mais altas nunca admitem que assistem. Então, o que eu ouço é assim: 'ah, a minha empregada estava assistindo na cozinha, passei e te vi'. Têm vergonha de falar que assistem ao programa. Eu acredito que quem assume que assiste é classe C, D (ANAHY D'AMICO, entrevista, 26/3/2011).

Abrangendo problemas que perpassariam configurações familiares e níveis socioeconômicos diferentes, ou seja, mostrando problemas semelhantes aos dos telespectadores, esse programa transformaria as histórias de pessoas comuns – vividas entre familiares, amigos, vizinhos – em *show* televisivo, um produto comercialmente rentável para

<sup>&</sup>lt;sup>52</sup> A psicóloga, ao dizer que algumas gravações "fogem", "têm aquela pilha toda", faz referência às brincadeiras feitas no palco. Por exemplo, o uso da máscara de macaco pelo assistente de palco no episódio "Eu quero um marido e não um segurança" (gravação, 26/3/2011), já referido.

a televisão. <sup>53</sup> No entanto, haveria a preocupação da emissão em se diferenciar de outras que levariam pessoas "excêntricas" ao palco – portadoras de deficiências físicas<sup>54</sup> ou com comportamentos considerados estranhos. <sup>55</sup>

# A mise en scène em Márcia

Um dos concorrentes diretos de *Casos de Familia* na grade de programação foi *Márcia* (transmitido pela Rede Bandeirantes de Televisão, entre 2007 e 2010, em horário vespertino, de segunda a sexta-feira), que, da mesma forma, abordava dramas familiares – supostos adultérios, desentendimentos entre pais e filhos, sogras e noras –, conflitos pessoais e interpessoais. Sua apresentação no site da emissora se assemelha à do programa do SBT, pois coloca o programa como um meio para ajudar seus convidados:

2

O mexicano Rafael Bello, diretor de *Casos de Família* desde 2009, afirmou em entrevista publicada na revista *TodoTV* que este formato de programa envolve baixo custo de produção: "uma das maiores vantagens dos talk shows [se comparados à produção exigida pelo reality show] é o seu baixo custo. É um programa que pode ficar no ar sem maiores problemas. Reality shows, contudo, implicam investimentos mais altos. Gravar um reality show pode levar cinco semanas, mas a pré-produção leva três meses e a pós-produção mais nove. Estamos falando de um ano todo de trabalho para seis semanas de transmissão. Os custos dos investimentos são altos para os riscos implicados" (Disponível em: <a href="http://issuu.com/todotvnews/docs/ttv\_miptv2010">http://issuu.com/todotvnews/docs/ttv\_miptv2010</a>. Acesso em: 9/2/2011, tradução nossa). Programas com tal formato são para ele lucrativos, mesmo com as diferenças de produção no Brasil e nos Estados Unidos. Enquanto este programa do SBT traz pessoas de municípios vizinhos a São Paulo, o que permite irem ao estúdio, gravarem e, no mesmo dia, voltarem para suas casas; nos Estados Unidos os deslocamentos feitos pelos participantes são maiores, pois os recrutados vêm de todo o país. A comunidade hispânica não vem somente de Miami, mas também de Los Angeles, Nova Iorque e até Porto Rico, sendo necessárias viagens de avião e hospedagens.

<sup>&</sup>lt;sup>54</sup> É corriqueira a aparição de pessoas "excêntricas" em diferentes formatos de programas televisivos nas emissoras brasileiras: a reportagem de Roberto Kas, publicada na Folha de S.Paulo, relembra o leitor de uma emissão de *Domingo Espetacular* (Record), em fevereiro de 2011, na qual três homens – um nepalense, um chinês e um colombiano – com deficiências genéticas foram entrevistados; e, ainda, outra veiculada pela Rede Globo, no *Domingão do Faustão*, em 1996. Naquela ocasião, um adolescente brasileiro, com deformação semelhante a das pessoas mostradas no VT da Record, foi levado ao palco vestido como o cantor Latino. Em 2001, a emissora foi processada e obrigada a pagar R\$ 1 milhão por danos morais. Depois de recorrer, em 2003, o valor pago foi de R\$ 150 mil. Em 2010, *Domingo Legal* (SBT), apresentado por Celso Portiolli, foi investigado pelo Ministério Público de São Paulo por mostrar no palco uma criança de nove anos com envelhecimento precoce. (KAS, FSP, 22/2/2011, p. E3).

<sup>&</sup>lt;sup>55</sup> Em novembro de 2009, Márcia gravou, para um dos quadros do programa, a entrevista com "homem-calcinha", um senhor que vestia as roupas íntimas de sua esposa. Também foi gravado um quadro com o "homem-gato", um norte-americano recordista do *Guinness Book*. Ele, de acordo com a apresentação feita pelo programa, era o homem que mais tinha feito intervenções em seu corpo no mundo – *piercings*, tatuagens e cirurgias estéticas – para se parecer com um felino. Seu rosto foi modificado nas orelhas (ficaram pontudas), nariz (foi reduzido), lábios e dentes (alguns foram lixados e outros aumentados para se assemelhar à arcada dentária de um felino). Os vários *piercings* no lábio superior eram, nessas apresentações, trocados por fios de silicone – imitando bigodes.

A apresentadora Márcia Goldschmidt comanda o talk show que leva ao telespectador emocionantes histórias de vida. MÁRCIA mostra os dramas de pessoas comuns em busca de soluções para seus problemas. Paixões, traições, desencontros e muito mistério em um programa diário e ao vivo.

Diante de uma plateia de aproximadamente 100 pessoas, Márcia entrevista convidados e leva profissionais como psicólogos e advogados para ajudar no desfecho de cada caso. Um programa dinâmico e ousado que, além de entretenimento, leva informação e orientação aos telespectadores. Conflitos, dramas e muita emoção com Márcia Goldschmidt, na tela da Band! <sup>56</sup>

Foi, portanto, veiculado como um programa cujo intuito era solucionar "problemas" de "pessoas comuns", por meio de diferentes profissionais, tais como psicólogo, advogado, poligrafista, dermatologista, dentista, entre outros. Embora tenha exibido quadros com formatos variados desde sua estreia, em junho de 2007, o programa parecia perseguir esta imagem de proporcionar ajuda: modificações visíveis ao telespectador. Ela foi reforçada pelo bordão de Márcia – "Mexeu com você? Mexeu comigo!" – proferido inúmeras vezes neste período.

Diferentemente de *Casos de Família* – no qual cada episódio é construído a partir de um conflito comum, vivido por pequenos núcleos (geralmente trios de parentes) reunidos no palco –, os quadros de *Márcia* apresentavam somente uma dupla ou trio de pessoas envolvidas num conflito que a animadora e um especialista tentariam "solucionar". Os convidados do programa da *Band* tinham uma apresentação elaborada, no sentido de que eram mostrados ao telespectador videoteipes que ajudavam a reconstruir a história do participante. Ou seja, produções de vídeos eram mobilizadas para auxiliar a narrativa construída na conversa com Márcia.

### **Quadros**

Um desses quadros era o *teste do polígrafo*, no qual havia a presença de um profissional (o poligrafista) responsável por elaborar um "laudo" a partir da relação entre as respostas do participante investigado e suas reações fisiológicas, registradas pelo polígrafo. Quando transmitido, uma ou duas vezes por semana (sem uma regularidade fixa), o quadro ocupava o programa todo, ou seja, uma hora de emissão era dedicada a buscar e "provar a verdade". Geralmente dois participantes eram convidados para o palco; havia uma

<sup>&</sup>lt;sup>56</sup> Disponível em: <a href="http://band.com.br/marcia/sobre.asp?ID=407">http://band.com.br/marcia/sobre.asp?ID=407</a>> Acesso em: 20/6/2009.

controvérsia na história contada, cada qual defendendo uma versão. Na maioria dos casos trazidos, existia a suspeita (por parte da esposa) de traição. O programa permitiria ao casal e ao público confirmar a suspeita ou inocentar o acusado.

Três episódios ilustram aqui essa estrutura da emissão, ou seja, a mulher no lugar da reclamante e o homem no do interpelado. Em setembro de 2008, o tema tratado foi "será que ele trocou a esposa pela irmã dela?". O homem foi investigado e suas imagens, na tela, legendadas para os telespectadores: "a máscara vai cair: ele teve um caso com a irmã de sua esposa?". Outro casal participou do programa: a esposa suspeitava que o marido a houvesse traído com sua amiga (exibição, 26/6/2009). A esposa e sua história foram apresentadas ao público no primeiro bloco. Márcia fez perguntas que conduziram os relatos e as explicações da participante. O suposto "traidor" foi chamado ao palco no início do segundo bloco e foi entrevistado/interrogado pela apresentadora. Ele "vestiu" a aparelhagem para que o polígrafo registrasse suas reações enquanto respondia as perguntas feitas por Márcia, as quais pediam esclarecimentos sobre os motivos que levaram o casal a procurar o programa. Nesse segundo bloco, o público descobriu que o marido havia feito uma "proposta indecente" para sua esposa: "Ele queria ficar com ela e com a amiga dela". <sup>57</sup> Tal proposta foi recusada pela esposa, que, desde então, suspeita de uma traição do marido.

Uma reconstituição da história foi narrada para o telespectador, como num capítulo de telenovela, no terceiro bloco. Além de a qualidade da produção dessas reconstituições não ser boa, devido ao baixo orçamento da produção, segundo um produtor, os atores e as atrizes que as encenavam (desconhecidos do grande público) eram sempre semelhantes fisicamente aos convidados. Esse recurso na seleção era usado pela produção com o intuito de dar verossimilhança à narração. Nessas reconstituições não havia diálogos diretos, somente a encenação e uma voz em *off*, geralmente de uma mulher, fazendo a locução das cenas.

Ao final, no quarto e último bloco, o esposo foi novamente entrevistado/interrogado. Os conteúdos dessas perguntas variavam entre "neutros" – idade, profissão, local da residência – e "polêmicos" – "você traiu sua esposa?", "você a traiu somente uma vez?", "você tem desejo por outras mulheres?", "você já transou com a amiga de sua esposa?", "você ainda tem desejo por sua esposa?", entre outras questões. Desse modo, um novo conjunto de respostas foi avaliado pelo poligrafista. "O polígrafo vai provar a verdade" é dito no site do programa. O laudo foi passado para as mãos de Márcia pelo poligrafista e ela, então,

<sup>&</sup>lt;sup>57</sup> Disponível em: <a href="http://band.com.br/marcia/conteudo.asp?">http://band.com.br/marcia/conteudo.asp?</a> ID=151914>. Acesso em: 27/6/2009.

<sup>&</sup>lt;sup>58</sup> Disponível em: <a href="http://band.com.br/marcia/conteudo.asp?ID=151914">http://band.com.br/marcia/conteudo.asp?ID=151914</a>. Acesso em: 27/6/2009.

relembrou as perguntas "polêmicas" para seu público e as respectivas respostas do entrevistado/investigado. Para cada uma delas, afirmava se a verdade havia sido dita ou se o participante tinha mentido. Ao final, deu o veredicto: *o esposo estava mentindo ao negar a traição*.

Márcia frequentemente interrompia o programa, chamava os intervalos comerciais ou fazia *merchandising* de algum produto, entre as respostas do participante e a análise do polígrafo. A grande maioria dos produtos anunciados no programa, ou durante os intervalos, eram de marcas consideradas populares e voltados ao público feminino: produtos de beleza, de higiene pessoal e de limpeza doméstica, medicamentos. Com essas interrupções da reconstituição da história ou da entrevista/interrogatório, não só retardava a revelação de fatos supostamente importantes para o desvendamento da "verdade", como também tentava prender a atenção dos telespectadores. Um "suspense artificial", nos termos de Beylot (1997), era criado.

As técnicas de gravação não podem ser deixadas de lado na reflexão a respeito dessas emissões, uma vez que elas compunham a cena, intensificando a dramaticidade dos casos levados ao ar. As interrupções eram recursos usados estrategicamente para aumentar o suspense ou retardar a revelação "da verdade". Os enquadramentos e *close-ups* propiciados pelo jogo de câmeras faziam uma triangulação entre as imagens da apresentadora, dos dois participantes e do poligrafista, tornando possível para os telespectadores captar os pequenos movimentos, uma lágrima que cai, as hesitações e emoções dos participantes. As músicas também eram acionadas para acirrar a tensão tanto no momento da entrevista/interrogatório, quanto no momento da leitura do laudo.

A cada bloco, uma ou mais rubricas apareciam na tela para o telespectador. Eram frases curtas, com letras brancas em um quadro vermelho, que davam o tom do conflito veiculado. Em meados de julho de 2009, mais um casal participou do *teste do polígrafo*. As rubricas que apareceram foram as seguintes: "Marido santo? Ela não acredita!", "Onde há fumaça, há fogo: ele traiu?", "Esposa descobriu um erro: foi um só?", "Marido vai confessar a verdade?", "Polígrafo: esposa pode acreditar nele?", "Esposa confirma a traição: e agora?" (exibição, 14/7/2009).

Do ponto de vista da participante, supostamente a traída, foi mostrado que ela procurara o programa para decidir se abandonava o marido ou se continuava com ele. Quando, por meio do laudo do polígrafo, afirmou-se que o marido mentiu, a esposa disse para o público que iria deixá-lo, como se esse fato – a "verdade" revelada pelo polígrafo – fosse suficiente para tomar uma decisão. A promessa do programa, anunciada no site, de "ajudar no

desfecho" dos dramas e conflitos, aparece como se fosse realizada pela fala da participante. No entanto, somente questões do universo emocional parecem ser consideradas, pois nenhuma constrição social e material foi colocada em cena. Tanto os especialistas quanto a animadora não abarcaram em suas considerações e conselhos outras esferas da vida dos participantes.

Quando indagado se havia traído sua esposa com a amiga dela, o participante negou. "Para o polígrafo, mentiu", disse Márcia, e acrescentou, "você racionalmente não queria trair sua esposa, mas emocionalmente sim!". Com a ajuda do poligrafista foi como se a apresentadora conseguisse enxergar além das explicações "racionais", ela atingiria as emoções dos participantes. Muitas vezes, como no conflito apresentado por esse programa em especial, Márcia era mostrada como se conseguisse perceber o que não era explícito para o próprio participante.

Além do poligrafista, outros profissionais eram chamados para tentar solucionar os casos. Esses profissionais, como psicólogos e advogados, conferiam legitimidade às explicações e sugestões que Márcia dava aos problemas e suspeitas levadas ao ar.

Ao final de cada emissão, a apresentadora proferia o bordão "Mexeu com você? Mexeu comigo!", afirmando, de um lado, sua capacidade de desvendar a "verdade" dos problemas trazidos pelos participantes – nos casos mencionados, revelando para a esposa que seu marido a traiu; e, de outro, reforçando o caráter do programa de "buscar soluções aos problemas" de seus participantes. Márcia não foi enganada como as esposas eram. Por meio do polígrafo, ela conseguia saber que as emoções guiam as ações dos participantes – o esposo racionalmente não queria trair, contudo suas emoções foram mais fortes –, e Márcia descobriu tal fato.

Espelho, espelho meu, veiculado a partir de maio de 2009, uma vez na semana, já era conhecido pelo público, sendo um quadro de relativo sucesso apresentado por Márcia.<sup>59</sup> No quadro, uma candidata era selecionada a cada episódio para sofrer intervenções estéticas "leves" em seu corpo – amenizar marcas de expressão no rosto, diminuir manchas de sol, fazer tratamento e/ou implante dentários, cortar e tingir os cabelos. Ou seja, aquelas intervenções que permitiam a recuperação em cerca de uma semana, período em que as candidatas ficavam com a produção do programa e sem comunicação com a família.

MONIQUE, entrevista, 26/3/2011).

<sup>&</sup>lt;sup>59</sup> Segundo informações no site da editora Abril, "A atração já chegou a 14 pontos no Ibope, na Band, quando ia ao ar aos domingos" (Disponível em: <a href="http://www.abril.com.br/noticias/diversao/marcia-goldschmidt-voltara-fazer-cirurgias-plasticas-televisao-467772.shtml">http://www.abril.com.br/noticias/diversao/marcia-goldschmidt-voltara-fazer-cirurgias-plasticas-televisao-467772.shtml</a>. Acesso em 17/11/2009), diferentemente do que seu programa semanal costumava a atingir – o valor de apenas um dígito, ficando atrás da audiência da Globo e SBT (cf.

Esse quadro assemelha-se ao Extreme Makeover, o reality show "de intervenção" mais antigo e popular nos Estados Unidos, veiculado no Brasil pelo canal a cabo Sony. 60 Nesse programa, dois participantes (geralmente uma mulher e um homem) são selecionados para sofrer as intervenções. As exibidas em *Márcia*, porém, eram mais "leves": não se mostraram cirurgias plásticas ou lipoesculturas (cirurgias para aspirar ou injetar gordura, e/ou para fazer implantes), entre outras intervenções cirúrgicas cuja recuperação era mais demorada.

O quadro era propagandeado como tendo o intuito de "promover uma mudança de dentro para fora na vida de cada participante" (cf. Tv Contacto)<sup>61</sup>. O telespectador conhecia a participante por um videoteipe, no qual sua história era narrada: fatos eram lembrados à medida que contribuíram para marcar seu corpo – naquele que os especialistas iriam intervir. Essa sequência filmada não era mostrada de uma única vez, sendo interrompida por intervalos comerciais e voltas ao estúdio de gravação. Além da participante, eram mostradas imagens de sua residência e tomadas externas. Depois, sequências dos tratamentos e procedimentos feitos. No último bloco, a participante era convidada ao palco. No centro dele, era posto um espelho: somente nesse momento, na gravação, ela veria, ao lado de familiares sentados na plateia, as transformações realizadas.<sup>62</sup>

A relação com um "conto de fadas" era direta: assim como Extreme Makeover diz oferecer "uma verdadeira experiência de Cinderela" (BAKKER; FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 38), a participante de Márcia era "transformada" numa princesa – feliz. Ela entrava no palco usando um vestido de festa e, pelo espelho, via as modificações produzidas. As participantes geralmente choravam neste momento.

<sup>&</sup>lt;sup>60</sup> Há diferentes versões deste tipo de programa, as quais se propõem a realizar intervenções mais ou menos sutis. Nos Estados Unidos foram produzidos, por exemplo, Esquadrão da Moda - com uma versão brasileira de mesmo nome produzida pelo SBT (apresentado pela "consultora de imagem e top model", Isabella Fiorentino e Arlindo Grund, "consultor de moda e stylist") - e The Swan, programa no qual o convidado é submetido a cirurgias plásticas a fim de participar de um concurso de beleza. No canal a cabo GNT, foi produzido Beleza Comprada, veiculado a partir de 2004. Pessoas comuns que desejavam fazer plásticas eram acompanhadas em suas idas aos consultórios médicos, bem como nas conversas com parentes e amigos. Depoimentos dos participantes contrapunham-se a falas de sociólogos, filósofos e psicólogos, convidados a comentar "a ditadura da aparência na sociedade contemporânea" (BAKKER; FREIRE-MEDEIROS, 2005, p. 38-39).

<sup>61</sup> Disponível em <a href="http://tvcontacto.wordpress.com/2009/06/10/marcia-reestreia-%E2%80%98espelho-espelho meu%E2%80%99/>. Acesso em: 29/4/2011.

<sup>&</sup>lt;sup>62</sup> Em 27 de novembro de 2009, foi gravada a transformação de uma moça de 26 anos, mãe de três filhos. Na composição de imagens "antes e depois" no telão, ficou claro como a equipe do programa tenta produzir uma pessoa feia e envelhecida. Ela fazia uma careta para ressaltar as linhas de expressão e estava sem alguns dentes, os quais tinha perdido, afirmou, devido à gravidez. Essa falta era destacada na imagem do telão e, de alguma forma, valorizada. Sua família estava presente e havia conversado com a apresentadora: a mãe, duas irmãs e o marido. O caso foi acompanhado pela propaganda e divulgação de um novo tratamento estético que substituiria a musculação. Com eletrodos espalhados pelas pernas, glúteos e barriga, uma modelo acompanhada de duas dermatologistas mostrou o novo tratamento: vinte minutos de choques com uma voltagem baixa corresponderiam a uma hora e meia de musculação.

O outro lado desse programa era o grande *merchandising* que as clínicas e consultórios logravam ao promover e patrocinar tal transformação. Em cada episódio era dado destaque a um tipo de intervenção ou procedimento: o profissional responsável participava da gravação, no palco, explicando à plateia e aos telespectadores os detalhes do trabalho realizado. Enquanto a técnica utilizada era apresentada, VT's com imagens da candidata, durante a realização da intervenção, eram transmitidos.

Na montagem do programa, os depoimentos dos familiares no palco – que reforçavam a emotividade –, bem como a narração da história da participante eram intercalados nas imagens com informações sobre as técnicas usadas pelos especialistas. Ambos conferindo autenticidade à "necessidade" de transformação. <sup>63</sup>

Com falas moralizantes e imperativas, Márcia comentava as histórias das convidadas. Para uma moça recém-separada, mostrada como uma pessoa que estava com "baixa autoestima", a apresentadora dizia que ela não poderia voltar ao ex-marido que a traíra, ainda mais depois de todas as transformações: agora estava bonita.

Os comentários de Bakker e Freire-Medeiros em relação ao *Extreme Makeover* são pertinentes para a versão suavizada da Bandeirantes:

Extreme Makeover acena aos sujeitos – participantes e telespectador – com a possibilidade não apenas de transformar-se, mas de fazê-lo em referência às imagens espetaculares dos célebres que habitam o círculo da fama e da singularidade. Provoca em seus telespectadores e participantes o sentimento de que o embate massificação versus singularização pode ser abrandado. E aqui reside a projeção "democratizante" dos realities de intervenção: é possível a qualquer um reverter sua "inferioridade" estética e se tornar mais feliz porque mais confiante sobre a positividade dos predicados que o olhar do outro projeta (2005, p. 44).

Por meio das modificações advindas das transformações físicas feitas pelos profissionais do programa, essas mulheres reverteriam "sua inferioridade" estética e alcançariam ganhos simbólicos. Como num passe de mágica, a economia das emoções mudaria e a participante recuperaria sua "autoestima".

Desabafo é uma pequena narrativa criada pela produção, na qual é proposta uma reflexão de ordem moral, sempre protagonizada por uma personagem mulher. Um grupo de atores desconhecidos atua, tal qual um capítulo de telenovela, porém todas as falas são narradas pela protagonista. Segundo um profissional da produção de Márcia, seriam veiculadas "lições de vida".

Em maio de 2009 foi transmitida a história de uma adolescente que iniciara sua vida sexual. A história foi narrada em primeira pessoa, a partir do ponto de vista mãe, que tinha

<sup>&</sup>lt;sup>63</sup> A montagem é semelhante à descrita por Beylot a respeito do programa francês *Testemunha nº1*. Diferentes elementos são usados para recriar "a realidade" (cf. 1997, p. 55-56).

muitas dúvidas sobre como educar e orientar a adolescente. Ela não queria ser repressiva como fora com sua filha mais velha, porém receava ser, agora, muito "liberal". Depois de muitas hesitações, foi dito que a mãe orientou a filha, levou-a ao médico e lhe permitiu trazer o namorado para casa. Por meio da trama narrativa, o telespectador conhece a família e o namorado, também adolescente, da jovem. O cenário da casa, os móveis e os objetos escolhidos para as cenas, e as roupas das personagens, caracterizavam a família com pertencente à classe média (exibição, 27/5/2009).

De maneira resumida, a história termina com essa jovem adolescente, grávida, e sem saber quem é o pai da criança, pois, além do primeiro namorado, ela também tinha se envolvido sexualmente com o primo dele.

A questão da vergonha é imediatamente colocada ao telespectador, no momento de a adolescente revelar para mãe o ocorrido, posto que ela "quebrou a confiança" depositada nela pela família. Ela não "se cuidou" nas relações sexuais como havia prometido à mãe. Além disso, a história associa irresponsabilidade e promiscuidade por meio do envolvimento da jovem com ambos os rapazes (namorou ao mesmo tempo um rapaz e o primo dele). O desfecho da história traz a quebra da confiança entre mãe e filha, e, a gravidez indesejada como um castigo, quase uma sanção moral, além do abandono da escola e da paternidade desconhecida.

As alterações do tom da voz da locutora e as músicas ao longo da narração dessa história, bem como a própria atuação (com gestos exagerados) dos atores, destacam os momentos de dúvida e insegurança da mãe, o amor entre os namorados, o desespero da adolescente com a notícia da gravidez, a vergonha ao revelar o fato para os pais e o desconhecimento do pai da criança.

Nesse mesmo mês de maio, outro quadro *Desabafo* foi ao ar, trazendo a história de uma jovem do interior que veio estudar e trabalhar em São Paulo. O telespectador pôde acompanhar a trajetória profissional dessa moça desde sua formação na faculdade até aquele momento. A narração ocorre, da mesma forma que a outra, em primeira pessoa, como se fosse a própria jovem quem contasse sua história. Ela não tinha ajuda da família para pagar seus estudos e, para não abandonar a faculdade, se prostituiu. Já formada, conseguiu um emprego como vendedora e, depois, como gerente de uma loja de sapatos (exibição, 29/5/2009).

A jovem é mostrada para o telespectador como uma pessoa gananciosa que não mede seus atos para atingir seus objetivos – ela se prostituiu e, uma vez formada, seduziu o dono da loja de sapatos, retratado como um "homem de bem" – honesto, trabalhador, religioso, casado e com filhos –, para conseguir o cargo de gerente. Sem amá-lo, ela engravida; quando a

criança nasce, pede para que ele lhe venda a loja por um valor muito abaixo do mercado. Como ele recusa a proposta, ela ameaça contar o caso que tiveram para a esposa dele.

Ela sofre, então, um acidente de carro, ficando tetraplégica. Com seu bebê, vai morar na casa de seu ex-amante e, ainda, dono da loja de sapatos. É cuidada pela esposa dele, uma mulher retratada como muito bondosa e generosa – pois, mesmo descobrindo a traição, perdoou o marido, dispôs-se a cuidar de sua ex-amante paralítica e a criar a criança fruto dessa união. Ela os perdoou: é a mensagem transmitida ao telespectador.

Essa narração também é moralizante, assim como a anterior, uma vez que a jovem parece ser punida por sua ganância e ambição, arrependendo-se. A sociabilidade é representada de maneira semelhante: o dono da loja de sapatos parece ser somente manipulado pela sua funcionária gananciosa, já sua esposa é apresentada como se, sozinha, devesse manter o casamento. <sup>64</sup> Nessa narrativa o "trabalho emocional" é feito somente pela esposa – como se coubesse a ela investir na continuidade do casamento. No final, tal qual o outro episódio, são mobilizados os mesmos recursos – alterações no tom da voz da locutora, atuação dramática dos atores, acentuada pelas músicas – para destacar os desdobramentos do caso representado.

Nessas histórias, as mulheres que "transgridem" as regras morais convencionalmente estabelecidas – e explicitadas nas histórias – são punidas: a adolescente, no primeiro episódio, ao iniciar sua vida sexual, é associada à irresponsabilidade, à promiscuidade e a não confiabilidade; a moça, no outro, à ganância e à ambição.

Conforme a trama de relações é urdida, é como se coubesse somente à adolescente evitar o risco de uma gravidez. Os namorados são eximidos de qualquer responsabilidade – como se ela devesse cuidar da sexualidade do casal. Além disso, é sugerido que as mães não devam confiar em suas filhas, tampouco educá-las de maneira liberal, posto que a adolescente cuja mãe (representada na história) era muito liberal em relação ao namoro da filha, engravidara. E mais, sem saber quem era o pai da criança. Vale lembrar ainda ser o pai da adolescente, o último a tomar conhecimento do namoro e da gravidez, como se fosse papel apenas de sua esposa educar sexualmente a filha. Há, portanto, nesse episódio uma espécie de

<sup>&</sup>lt;sup>64</sup> Essa interpretação assemelha-se àquela desenvolvida por Cancian e Gordon (1988) sobre as mensagens passadas nos artigos de revistas femininas – a mulher deve suprimir sua raiva e o amor é identificado ao autossacrifício feminino; é de responsabilidade da mulher regular as emoções sentidas no casamento. Caso contrário, se a mulher rompe com as "normas" morais e emocionais estabelecidas, ela de alguma forma é punida – conforme mostram os episódios de *Desabafo*.

<sup>&</sup>lt;sup>65</sup> Faz-se referência à noção de "emotion work" de Hochschild (2003). Nos termos da autora, trata-se de um trabalho consciente que as pessoas realizam, procurando diminuir a distância entre o que elas sentem e o que é esperado socialmente que elas sintam em certa situação.

posicionamento em relação à divisão de gênero – a quem cabe transmitir os ensinamentos e as regras morais aos filhos e se responsabilizar pela vida sexual e emocional do casal.

Ao produzir e veicular essas breves histórias, *Márcia* leva ao ar concepções de feminino e masculino, de papel de homens e mulheres no casamento, na vida sexual e na relação com os filhos. O quadro *Desabafo* fornece roteiros, nos termos de Illouz (2008), que permitem aos telespectadores repensarem suas experiências emocionais e transformá-los em sensos práticos.

Outro quadro apresentado pelo programa foi *O que você nunca DISSE para...* . Nele, o convidado – desta vez alguém pertencente ao mundo artístico – supostamente revela para o público *o que nunca teria dito a* pessoas "importantes", ou o que poderia gerar polêmica em sua vida pessoal e profissional. Adriane Galisteu, na época apresentadora de outro programa na emissora (*Toda Sexta*), foi a primeira a participar desse novo quadro, em 18 de novembro de 2009. Em um telão, posicionado atrás das duas apresentadoras, imagens de Hebe Camargo, Viviane Senna, Silvio Santos, Luciana Gimenez, Sabrina Sato, Joyce Pascowitch, Róger Flores, Ayrton Senna, Roberto Carlos, *Revista Playboy* e Campanha contra a AIDS *A Cara da Vida* apareceram. "Celebridades" com as quais ela havia trabalhado ou quem tinha namorado. Para cada imagem, Adriane era provocada por Márcia a falar o que supostamente nunca teria dito.

Havia propaganda da própria emissora no quadro: Adriane promovia uma entrevista conseguida com exclusividade com o Roberto Carlos para seu programa. Na grade de programação, *Márcia* seria transmitida horas antes, na mesma sexta-feira, da emissão de Adriane (em 20 de novembro de 2009). <sup>66</sup>

Todos esses quadros são associados, como em *Casos de Família*, à ideia de que o que se leva ao ar mostra a "realidade" – em contraposição à suposta "armação" dos conflitos abordados. Essa oposição perde o poder explicativo se encarada sob a perspectiva de Goffman, pois os atores sociais encenam cotidianamente em suas interações, representam "personagens" diferentes, de acordo com cada situação social. Ao olhar as emissões, as animadoras cumprem um papel de autoridade (junto com os especialistas) frente aos convidados, mostrando-lhes aspectos desconhecidos das relações vividas e até deles mesmos

<sup>&</sup>lt;sup>66</sup> Ao observar a maneira como Adriane relacionou-se com o público – sorrindo, olhando e conversando com ele, pude entender por que uma moça, alguns minutos antes de a gravação começar, perguntava-me, com certa ironia, se eu gostava da Márcia, já que ela *tão simpática*. Ela não compreendia como eu poderia ter ido sozinha à gravação. Ou seja, não estava envolvida nas obrigações que um grupo de caravana tem. Deu-me a impressão de que o programa é sentido como um pedágio que as espectadoras pagam para conseguirem, junto às caravanistas, programas "melhores".

(como quando Márcia afirma "você racionalmente não queria trair sua esposa, mas emocionalmente sim!").

"A vida real mesmo não dá ibope": entre os "casos falsos" e os "casos verdadeiros"

Uma propaganda feita no interior do jornal *O Estado de S. Paulo*, anuncia:

O PROGRAMA DA MÁRCIA NÃO É REALITY SHOW. É A REALIDADE. A Márcia mostra a vida real: quem ficou com quem, quem é o pai, quem é a mãe, quem está falando a verdade, quem está mentindo. Márcia é popular sem ser popularesca (OESP, Vida&, 2/4/2009, p. A22). <sup>67</sup>

A produção do programa era, à época da pesquisa, semelhante à de *Casos de Família*, no sentido de seus produtores também fazerem "pesquisa na rua" para encontrar participantes. No entanto, os profissionais do SBT afirmavam que não haveria rigor, na Band, para excluir "casos falsos", sugerindo que a produção concorrente contrataria atores para protagonizar os conflitos no palco. Um dos profissionais que trabalhava no programa da Bandeirantes afirmou, em entrevista, que Márcia buscou mudar sua imagem, tentando afastarse da de "barraqueira" e dos comentários de que, em seu programa aconteciam "armações", fama que teria adquirido em trabalhos anteriores. Para o entrevistado, Márcia desejaria ser a "Oprah [Winfrey] do Brasil", referindo-se à mais bem sucedida apresentadora de *talk show* dos Estados Unidos. <sup>70</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>67</sup> Nesse informe publicitário foi destacada a vice-liderança da audiência conquistada pelo programa durante os dias 23 e 26 de março de 2009. A audiência de *Casos de Família* é maior em relação à de *Márcia*, segundo

dias 23 e 26 de março de 2009. A audiência de *Casos de Família* é maior em relação à de *Márcia*, segundo profissionais de ambos os programas. A liderança no período vespertino é da Rede Globo, seguida da Record, SBT e, geralmente, depois, Bandeirantes. Para profissionais do SBT, a disputa pelo público é travada com a programação oferecida pela Bandeirantes, posto que a Record exibe um seriado voltado ao público adolescente, ou seja, não é a esse público que as duas emissoras se dirigem.

<sup>&</sup>lt;sup>68</sup> Na Bandeirantes, diferentemente do SBT, a retribuição pela participação parece, contudo, variar: ora em dinheiro, ora em produtos da cesta básica. O valor pago não seria fixo, tampouco o momento em que o pagamento seria feito.

<sup>&</sup>lt;sup>69</sup> Como teria ocorrido em *Márcia*, programa veiculado pelo SBT, entre 1996 e 1998, e *Hora da Verdade*, transmitido pela Bandeirantes, de 2001 a 2004. Para promover essa mudança, o cenário de seu programa foi mudado, e diferentes quadros (*Espelho, espelho meu* foi um deles) foram incorporados a partir de maio de 2009.

No início de 2011, interromperam-se as gravações e Márcia não é mais veiculado. Em maio, a Folha de S.Paulo divulgou uma nota afirmando que a apresentadora buscava junto à direção da emissora um trabalho relacionado à produção e à programação (JIMENEZ, 3/5/2011, p. E4). Esse trabalho não se concretizou e a animadora deixou a emissora. Desde então, está afastada da televisão. Ela vive em Portugal com sua família, o marido e suas filhas gêmeas.

Na apresentação de *Casos de Família*, no site da emissora, a questão da veracidade das histórias mostradas está presente: "as experiências narradas [...] são sempre verídicas". Christina Rocha repete, ao longo das gravações, que os casos são "autênticos", contrapondo-os aos programas que fariam "armações" ou que usariam "casos falsos". "Sabem por que eu adoro esse programa?", indaga Christina à plateia, quando uma das convidadas levanta e começa a dançar, durante a gravação do primeiro bloco de "Por que tanta agressividade?". E continua: "Porque aqui não tem nada armado! Se a pessoa quiser dançar, pode" (gravação, 23/4/2010).

Esse tema da veracidade dos episódios é alvo de reflexão entre as integrantes das plateias dos programas. Algumas formulam que existiria algo entre a armação e a autenticidade na atuação dos convidados. Na narração da história, haveria certo exagero já esperado e incentivado pelos produtores.

Desconfiada, uma senhora integrante de caravana da Grande São Paulo, depois de acompanhar da plateia um caso gravado em *Márcia*, foi conversar diretamente com a convidada:

Já conheci pessoas que participaram, lá dentro. A moça tinha um filho. Ele foi à casa da avó, menino de menor, a tia seduziu, tiveram um filho – olha só a bagunça – eu não acreditei. Depois [da gravação] eu encontrei com ela lá fora [do estúdio] e perguntei. 'Mas é verdade?'. Tem coisas que você nem tem como chegar e ter coragem de perguntar. Mas como estava toda espontânea falando, fui lá e perguntei. Ela falou 'é verdade, antes fosse mentira, minha filha'. Foram na Márcia. Tem coisas que não é, tem coisa que é realmente aquela realidade. Tem vezes que é só parecido, tem o problema, mas não chega a ser tanto. Na televisão, eles enfeitam, a pessoa vai falando, falando, fala coisas que... quando sai dali a gente vê que a pessoa não ficou satisfeita (CLARA, entrevista, 25/2/2011).

Outra relata a experiência de uma parenta. "Armação" não é entendida como "mentira", e sim uma atuação exagerada, uma representação "aumentada":

Pensando na Márcia também, esses programas têm armação, combinado?

Na Márcia tinha. Tinha, não estou falando que tem hoje. Teve. Sabe por quê? Eles chamaram a minha cunhada para participar, que ela tem síndrome do pânico. Eles queriam que ela fizesse uma representação que ela estava com muito medo, mesmo se ela não tivesse e ela não aceitou. Isso eu estou falando que tinha, não sei se hoje ainda é assim. Isso faz uns cinco anos. Tinha. Agora, no SBT, eu creio que não. Quer dizer, não é mentira, é aumentado, mas mentira não é.

Como assim? É aumentado?

Você pode aumentar. Quando nós fomos com a Neide – ela é baladeira mesmo, mas não chega a atrapalhar a vida de ninguém – o irmão dela falou muito que ela prejudicava a mãe, ela ficava preocupada. A gente inventa um pouco [tom baixo de voz].

Entendi!

É aumentado, não inventa.

E aumenta por quê?

Eles pedem para a gente aumentar. [risos] Quanto mais você falar, melhor é para eles (CARLA, entrevista, 2/2/2011).

Do ponto de vista das mulheres que frequentam os auditórios, seria possível perceber a sutil diferença entre um "caso falso", com atores contradados, e um "caso verdadeiro", com uma atuação exagerada dos convidados. Esse exagero não seria considerado como algo falso e, sim, uma atuação que corresponderia à linguagem televisiva, que "enfeita" as histórias e "aumenta" a dramaticidade. Esse acordo tácito, visto como uma "armação" ou "combinado", parece ser compartilhado pelos integrantes desse mundo social. Se, nos termos do Goffman, a interação é um jogo em que cada um dos envolvidos representa um personagem e induz os outros a terem impressões adequadas a seu respeito, os convidados (re)apresentam os (seus) dramas pré-estabelecidos na pauta da produção, sendo guiados pelas "coações da interação". 71

Há uma gradação entre "casos verdadeiros" e "casos falsos", apontada pela assistente de direção do SBT: seriam aqueles "produzidos". Ela não se refere à atuação dos convidados - como as integrantes da plateia referida acima -, contudo aos cenários mais e menos elaborados que ajudariam a ambientar algumas das histórias narradas. Assim, em Casos de Família, sobretudo depois da troca de apresentadora e de diretor, há histórias em que cenas cotidianas são reproduzidas. Como aconteceu naquela em que camas foram levadas ao palco e os convidados vestiram pijamas. Em "Você atrapalha o meu sono" (exibição, 22/10/2009), Christina apresentou o programa de camisola e três trios mostraram os problemas que enfrentavam para dormir: marido roncava atrapalhando a esposa e a cunhada que morava com eles; irmã roncava e perturbava o sono das outras irmãs; nora tinha medo de dormir sozinha quando seu marido trabalhava no turno da noite, e pedia para dividir a cama com a sogra. Diante dessas histórias, dirigindo-se à câmera, Christina exclamou: "Sabe como está interessante o programa hoje? Não dá impressão que é como se fosse um prédio e a gente estivesse vendo a intimidade de cada um? Como se estivesse de binóculos. A vida como ela é!". A encenação tem a finalidade de "dar graça" ao programa, diferentemente do que aconteceria em *Márcia*, cujas histórias seriam protagonizadas por atores.

Esse juízo dos produtores em relação à emissão da Bandeirantes foi reforçado por integrantes da plateia de ambos os programas que afirmaram já ter visto brigas e desentendimentos no palco de *Márcia*. Na saída do estúdio, porém, os mesmos participantes estavam juntos, conversando. Pelo fato de o processo de recrutamento de candidatos ao palco de *Casos de Família* ser conhecido dos integrantes desse mundo social – há regras para a seleção e entrevistas classificatórias –, essa emissão é mais bem avaliada quanto à veracidade.

<sup>&</sup>lt;sup>71</sup> Conforme já visto (p. 17).

Sinceramente? Acho que tem armação. [...] no meu modo de pensar, acho que de real tem muito pouco. [...] em *Casos de Família* não deu para perceber, mas na *Márcia*... [...] Acho que tem armação sim. Pode até ter um fundo de verdade, mas não totalmente. Não sei se a pessoa quer aparecer, mas ela acaba fantasiando um pouco a história. Em *Casos de Família*, eles têm uma entrevista antes e, dependendo do que você for falar, você não passa nessa entrevista. Por isso que eu falo, parece mais verdadeiro, não sei (LOURDES, entrevista, 1/4/2011).

[...] pelo meu trabalho [de contato], o tema que é *Casos de Família*, é obrigado a ir uma pessoa da família. Por exemplo, eu levo você, você quer ir, seu marido não quer, eu não posso te levar. Se o caso for marido e mulher, eu tenho que levar o marido, mas se for outro caso, eu posso levar a sua irmã, a sua mãe. Mas tem que ir da família, não pode ir só uma pessoa...

Só colega...

Não. Você pode levar sua irmã e mãe, mais uma colega. Mas só você e colega, não. E é tudo no papel. Eles querem saber tudo, no registro, se é marido mesmo, se é irmã. Eles querem saber tudo. Tem que ser a família, por isso fala *Casos de Família*, não pode ir uma pessoa só (NEIDE, entrevista, 2/2/2011).

### Tem armação [...]

Tem sim, tem coisas que tem algum fundo de verdade, mas não é bem aquilo. A apresentadora está lá para isso. Isso que eu acho um golpe baixo. Começa a investigar, a falar coisas, que vai deixando a história mais... Ela vai incentivando, vai falando coisas, a pessoa vai se mostrando. A maioria que está ali ou é dinheiro, ou é mostrar o lado ruim. Às vezes nem está a fim, mas chega ali, começa. Você já viu como ela investiga? Como ela fala? As apresentadoras? Então, acaba falando o que não deve. Ali já está assinado. Vai recorrer de que jeito? Está ali por livre e espontânea vontade. Ninguém obriga ninguém. A maioria dos casos, não é aquilo, é uma coisa parecida. Nenhuma daquelas coisas ali são totalmente verdadeiras. Tem histórias tão macabras, é parecida. Muitos casos sim, como essa que te falei, era verdade, fui lá perguntar.

Em relação ao quadro Desabafo, eu ia perguntar se você acha que eram histórias verdadeiras.

Verdadeiras? Ah, eu acho que não. Se fosse verdadeira não dá audiência. Iam contar do jeito deles, não teria graça nenhuma e o telespectador não iria se prender por isso. Eles fantasiam, é uma história inventada. Eu acho. A vida real mesmo não dá ibope (CLARA, entrevista, 25/2/2011).<sup>72</sup>

Mesmo com uma seleção mais rigorosa feita pelo SBT, as pessoas que acompanham as gravações de ambas as plateias reconhecem que as histórias são "aumentadas", "inventadas", e os convidados "fantasiam" instigados pelos produtores na coxia e pela apresentadora, em nome da audiência. Por outro lado, essa "armação" – produção da fala e dos gestos dos convidados – é diferente dos "casos falsos".

Enquanto para os produtores do SBT, a autenticidade das histórias é um tema relevante e de disputa, que os distinguiria dos da Band, para as mulheres (tanto as moças quanto as senhoras) que frequentam os auditórios dos dois programas não é. Um dos aspectos

A diferença de poder entre os envolvidos na produção da emissão televisiva, será abordado do ponto de vista das "garotas de programa" no terceiro capítulo e dos convidados, no quarto.

que as atrai é justamente essa encenação. É como se estivessem num teatro, com suas atrações e, eventualmente, com "celebridades". É também uma forma de lazer, participar dos auditórios.

Uma entrevistada traduz em palavras esse fascínio pela encenação. Diz ela,

#### Por que gosta?

Gosto porque eu sempre... teatro, sabe essas coisas? Isso me fascina e como tem acesso fácil, eu vou sempre que me chamar e eu puder. Eu gosto, desde criança. Eu tinha um circo! Eu nasci em Jandaia do Sul, mas fui criada numa cidadezinha bem pequena do interior, São Pedro do Ivaí [Paraná]. Bem pequenininha. Lá não tinha nada. [...] não tinha diversão nenhuma. Quando chegava um circo! Sabe paixão? Paixão? De dar dor na barriga? Eu ia a tudo que apresentavam no circo e, chegando em casa, eu apresentava. Eu cheguei a fazer uma coisinha assim, um teatrinho, no Sesi. [...] mas não tenho objetivo nenhum de aparecer... Hoje em dia, eu sei, muitas pessoas gostam de imagem, de aparecer. Meu objetivo não é esse, é que eu gosto de assistir. Tudo. Câmera, o jeito de fazer. Eu adoro. Eu chego e presto atenção em tudo. Não me canso. É por isso que eu vou (CLARA, entrevista, 25/2/2011).

#### Animadoras

Considerando-se outras animadoras da televisão brasileira - por exemplo, Hebe Camargo, as apresentadoras infantis, ao menos no início da carreira (Xuxa, Mara, Angélica e Eliana), as do *Programa Mulher* já há quase trinta anos no ar (Cátia Fonseca, no momento desta pesquisa, e também Ione Borges e Claudete Troiano, que durante muitos anos o apresentaram), Luciana Gimenez do programa de entrevistas (Superpop da Rede TV!), as de Casos de Família (Regina Volpato e Christina Rocha) -, pode-se observar que Márcia Goldschmidt procura se diferenciar delas, na medida em que não costuma ser amável, sorridente e gentil com os participantes de seu programa, como essas outras animadoras são ou foram.<sup>73</sup> Sua postura é mais agressiva – poder-se-ia dizer mais masculina – quando se dirige àqueles que são convidados para o palco.

Há ainda outros pequenos indícios que mostram tentativas de criar diferenças em relação às outras apresentadoras na construção de sua imagem para o público, ao menos nesse período de sua carreira, nesse programa em especial: ela não tem os cabelos pintados de loiro

<sup>&</sup>lt;sup>73</sup> Sergio Miceli (2005), em sua análise sobre o programa de Hebe Camargo, refere-se à apresentadora como uma "madrinha", pois ela se aproxima do público docemente, como se fosse parte da família. Os assuntos abordados, o modo como conversa com seus convidados e também com a plateia, além do mobiliário utilizado no palco, reproduzindo uma "sala de visitas", remetem ao "universo simbólico" da classe média e evidenciam essa tentativa de aproximação afetiva. Para essa discussão, ver, sobretudo, o capítulo "A noite da madrinha" (2005, p 53 e ss.).

(como a grande maioria), usa um corte moderno e mais repicado; costuma usar, por exemplo, suspensórios (um acessório mais associado ao vestuário masculino). Além disso, numa das aberturas de seu programa, veiculada no ano de 2009, ela caminha por ruas do centro de São Paulo, com o semblante sério e determinado, até que para, cruza os braços e encara a câmera. É uma maneira distinta de se apresentar ao telespectador se comparada, por exemplo, à abertura de *Casos de Família*, transmitido pelo SBT. Márcia Goldschmidt caminha pelas ruas da cidade entre uma multidão de pessoas anônimas, ou seja, aparece como uma mulher que não está no espaço doméstico. Já Regina Volpato, antiga apresentadora do programa do SBT, era retratada na vinheta de abertura como uma mulher comum que tem filhos e trabalha fora. Embora mostrada preparando o café da manhã para os filhos, fazendo ginástica e compras na feira, ela está nas capas de revista em uma banca de jornal, em seu carro dirigindo-se para os estúdios do SBT e, finalmente, no palco de seu programa. Trata-se, portanto, da imagem de uma mulher que transita entre o espaço público e o privado, entre o mundo do trabalho e o lar.<sup>74</sup>

Para Hochschild, em uma sociedade cujas emoções são comercializadas, as expressões de raiva são consideradas mais "sérias" e mais prováveis de serem sentidas como "verdadeiras" em relação às expressões positivas (cf. 2003, p. 84). No caso de Márcia, essa interpretação é pertinente, sobretudo quando essas expressões de raiva e de destemor, bem como a postura mais agressiva, estão associadas à figura de uma apresentadora, uma mulher. Poder-se-ia dizer que entre apresentadoras de televisão no Brasil não é essa a imagem mais comum e não é essa a imagem mais esperada. Nesse sentido, pode-se afirmar que Márcia mostra uma performance mais agressiva e, com ela, tentava dar credibilidade à sua fala.

Outro aspecto é a interação da plateia com as animadoras, antes e depois das gravações. No site de notícias do UOL, uma matéria foi publicada na época da troca de apresentadora de *Casos de Família*, ressaltando as diferenças no formato do programa suscitadas por tal mudança: "embora com o mesmo nome de antes, o programa vai mudar completamente de formato. Saem os casos humanos narrados de forma civilizada, entram as

<sup>&</sup>lt;sup>74</sup> Freire Filho (2008) e Elisa Gomes (2007) também analisaram a abertura da emissão do SBT em seus trabalhos. Ambos destacam a tentativa de Regina Volpato de se aproximar do público ao se mostrar como uma mulher comum. Na entrevista feita por Gomes com a apresentadora, ela afirma: "A abertura a ideia era mostrar o dia-a-dia da Regina, que é uma pessoa comum que levanta, dá café da manhã para a filha, leva a filha e o cachorro para passear, leva a filha para escola. Era mostrar como a apresentadora é uma pessoa tão comum como os casos que participam, como da plateia, como das pessoas que estão em casa assistindo. É tudo gente normal, aqui não tem estrela, não tem gente com mais problema ou menos problema, é tudo gente normal conversando com respeito, só isso!" (REGINA VOLPATO apud GOMES, 2007, p. 49). Nesse sentido, Volpato estaria mais próxima de Hebe Camargo, na medida em que tenta se aproximar do público. Márcia, no entanto, romperia com esse tipo de apresentadora, dócil e identificada com participantes e espectadores.

gritarias. Sai a entrevista intimista com os convidados, começam os 'barracos'". Mesmo considerando as posturas distintas de uma e outra apresentadora – Regina Volpato seria "educada", "respeitosa" e "compreensiva", já Christina Rocha seria "autêntica", aquela que "fala na cara", "brincalhona" –, segundo as impressões das integrantes da plateia, ambas são vistas de uma maneira positiva.

Não é possível afirmar que Márcia Goldschmidt também seja vista positivamente por seu público. De maneira geral, Márcia é considerada "antipática", e até mesmo "maleducada", por não cumprimentar, sorrir, acenar, conversar e tirar fotos com as integrantes da plateia. Em nenhum momento se aproxima: ao entrar e sair do palco, tampouco nas pausas durante a gravação. Segundo integrantes de caravana,

Ela [Márcia] é a antipatia em pessoa. Ela precisa do auditório, então ela tinha que agradar, mas não. Ela sai e não agradece, não cumprimenta ninguém. Ela fica meia hora ali olhando para a cara do auditório e não fala nada. Já no SBT, o Silvio que deveria ser isso, porque é o dono da emissora, é uma simpatia que não tem tamanho.

E a Christina?

A Christina também, ali acho que todos são educados. Acho que é um pouco de falta de educação. [risos] (CARLA, entrevista, 2/2/2011).

[...] ela é muito seca. Ela já não tem aquela proximidade da plateia: ela é no lugar dela e a plateia é a plateia. Tanto que uma vez, eu estava assistindo, ela falou: 'eu não estou aqui para agradar ninguém, estou aqui para fazer o meu trabalho'. Ela sabe que a gente que vai ver a distância que ela tem, dela com a gente. Não sei se ela se acha melhor porque é apresentadora, porque tem dinheiro, não sei o que é. Ela é muito distante da gente (JÉSSICA, entrevista, 25/1/2011).

Sua postura distanciada é diferente da de Christina Rocha, pois esta conversa, tira fotos e manda saudações aos parentes das pessoas da plateia que ficaram em casa. Seu bordão reforça a maneira como lida com a plateia, "aqui em *Casos de Família*, você sempre terá uma amiga".

Integrantes de um grupo focal, sem ter conhecimento de que participavam de uma pesquisa encomendada pelo SBT, foram solicitados a relacionar a apresentadora de *Casos de Familia* a uma pessoa de sua família. Christina foi associada àquela "tia brincalhona", "bem humorada", "divertida". Ela foi vista como alguém próximo, que inspira confiança. Permitiria, assim, que os convidados ficassem à vontade e se sentissem seguros para falar de seus "casos" (cf. MONIQUE, entrevista, 26/3/2011).

Enquanto aguardavam na fila, com todas as outras integrantes da plateia, a autorização para entrar no estúdio de gravação de *Márcia*, três jovens amigas (por volta dos 18 anos) falavam da apresentadora com ironia. Elas brincavam que eram irmãs e a Márcia seria a

<sup>75</sup> Disponível em: <a href="http://noticias.uol.com.br/ooops/ultnot/2009/04/09/ult2548u714.jhtm">http://noticias.uol.com.br/ooops/ultnot/2009/04/09/ult2548u714.jhtm</a>. Acesso em: 5/7/2010.

madrinha delas. Riam dizendo que passariam o Natal em Miami, no apartamento da madrinha. A associação feita por elas remetia à reflexão de Sergio Miceli (2005), a respeito do programa de Hebe. Havia ironia no riso das amigas, pois docilidade e proximidade não faziam parte do repertório de Márcia ao relacionar-se com o público.<sup>76</sup>

# Entre perguntas pessoais e respostas generalizantes - No Divã do Gikovate

No programa semanal de rádio *No Divã do Gikovate*, veiculado desde agosto de 2007, o público fala de suas dúvidas e conflitos para o médico e psicoterapeuta Dr. Flavio Gikovate. Ele os comenta, fornecendo explicações às questões colocadas e orientando o comportamento das pessoas. Os temas abordados são variados: relações familiares, amorosas e profissionais, o uso de medicamentos em tratamentos psiquiátricos, entre outros.

A produção dessa emissão de rádio é diferente da dos programas anteriores: primeiro, por se tratar de outro meio de comunicação, e, segundo, por se dirigir a outro grupo social. Desse modo, não há a busca por convidados que se encaixem numa pauta de temas previamente selecionados, pois os participantes falam sobre quaisquer assuntos – um dos chavões do programa é "não há assunto proibido no divã do Gikovate"; não há uma *mise en scène* das histórias narradas na medida em que a participação acontece a partir do auditório, sem intermediação da equipe de produção antes da gravação; tampouco há a mobilização de caravanas para compor a plateia; o Dr. Gikovate agrega os papéis de animador e especialista, acompanhado pelo trabalho de quatro produtores.

Há, entretanto, semelhanças: os encontros no teatro (veiculados posteriormente pela CBN) também publicizam conflitos de pessoas comuns, para os quais são fornecidos roteiros na forma de aconselhamentos que propõem a orientar de maneira prática as ações de ouvintes/espectadores; embora não haja uma pauta prévia de temas (como da TV), os integrantes do auditório também estão submetidos às "coações das interações", nos termos de Goffman, compartilhadas tacitamente por aqueles que vão ao teatro; a emissão também possui animador e especialista, porém esses papéis são encarnados pelo mesmo ator social – no palco – o Dr. Gikovate.

<sup>&</sup>lt;sup>76</sup> Essa observação foi feita num dos dias em que acompanhei na plateia a gravação de Márcia, em meados dezembro de 2009.

São essas identidades – a visibilidade para os conflitos de pessoas anônimas por meio de uma abordagem psicologizada e a intervenção de especialistas – que permitem aproximar as emissões. Dizendo brevemente, são bens da indústria cultural que põem em circulação, para públicos diferentes, o discurso terapêutico.

Com a apresentação e análise desse bem cultural do rádio, é possível estabelecer distinções entre o público que o produz e consome, tanto em relação ao conteúdo das falas quanto ao modo como se expressa, e aquele da televisão, dando visibilidade a outro universo mental e a outras competências afetivas. <sup>77</sup>

# Entre a psiquiatria clínica e a divulgação: o "terapeuta midiático"

O Dr. Flavio Gikovate trilhou uma carreira pouco semelhante daquela de seu pai, o também médico e judeu polonês, Febus Gikovate. De maneira breve, Febus foi fundador e militante do Partido Operário Leninista (POL), depois, em 1947, foi fundador do Partido Socialista Brasileiro (PSB), quando Flávio tinha quatro anos, tendo também contribuído com as articulações que levaram à fundação do Partido dos Trabalhadores (PT), em 1980. Seu nome figura em livros acadêmicos que tratam da história do comunismo no Brasil, sendo ainda citado por Graciliano Ramos, em *Memórias do Cárcere*, e em depoimento de Antonio Candido, a respeito da fundação do PT (2008). Embora Dr. Gikovate, o filho, também tenha uma forte atuação pública, esta é em muito diferente daquela desenvolvida por seu pai.

Não é a primeira vez que o médico-psiquiatra Dr. Flavio Gikovate é contratado para trabalhar num meio de comunicação. Ao contrário, é duradoura a sua circulação pela mídia:

<sup>78</sup> Agradeço ao professor Roberto Grün por me chamar a atenção para a figura e atuação do "pai comunista", na ocasião da apresentação dessa pesquisa no seminário ministrado pelo professor Afrânio Garcia, "Groupe de Réflexion sur le Brésil Contemporain", na École des Hautes Études en Sciences Sociales, em Paris, em junho de 2012. Ainda que o público do teatro não conheça a origem familiar e social do Dr. Flavio Gikovate, ela é central para a compreensão de sua legitimidade em outras esferas de sua atuação, como em seu consultório, quando afirmava receber, no final da década de 1970, "pessoas de nível classe média para cima, nível universitário em termos de formação intelectual", conforme afirmou numa entrevista para a revista *Playboy*, em 1979, ou em entrevista para essa pesquisa: "É o meu público em todo o lugar, gente instruída, não dogmática, de mente aberta" (entrevista, 7/4/2010). Para a trajetória de Febus Gikovate, ver: Carlos Fico *et al* (org.). *Ditadura e Democracia na América Latina: Balanço Histórico e Perspectivas* (Rio de Janeiro: FGV, 2008); Dainis Karepovs. *Luta Subterrânea: o PCB em 1937-1938* (São Paulo: Hucitec; Unesp: 2003); John W. Foster Dulles. *O Comunismo no Brasil, 1935-1945: repressão em meio ao cataclismo mundial* (Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985).

<sup>&</sup>lt;sup>77</sup> O tema das competências afetivas distintas será retomado no capítulo 5 "Participantes da plateia em *No Divã do Gikovate*".

em mais de quatro décadas de carreira, divulgada em seu site pessoal, <sup>79</sup> já escreveu em colunas de jornais (*Aqui*, *São Paulo* e *Folha de S.Paulo*) e de revistas femininas (*Capricho* e *Cláudia*), foi apresentador de programas de TV (*Canal Livre* e *Falando de Verdade*, ambos na Bandeirantes), é conferencista e escritor de livros de divulgação. Até o ano de 2012, publicou trinta livros, que venderam quase um milhão de exemplares, segundo informações de seu site.

Com uma formação em instituições consagradas – na Universidade de São Paulo, graduou-se em 1966, e na London University, onde foi assistente clínico do Institute of Psychiatry –, sua carreira conciliou a atuação no consultório, desde 1968, ao "intenso" empenho na divulgação das teorias psicológicas para o grande público, a partir de 1977.

É justa a expressão "terapeuta midiático", utilizada numa reportagem de *O Estado de S.Paulo*, para defini-lo (MARSIGLIA, OESP, 14/6/2009, p. J8), pois abarca essa dupla atuação.

Acrescenta-se, ainda, à trajetória do "terapeuta midiático", a participação em alguns capítulos da novela das oito *Passione* (exibida entre maio de 2010 e janeiro de 2011, pela Rede Globo), escrita por seu amigo Silvio de Abreu. Fazendo o papel de si mesmo – era o próprio Dr. Flavio Gikovate – terapeuta de um dos personagens centrais da trama. Nesse mesmo folhetim eletrônico, outra personagem fazia *merchandising* de um de seus livros – *Nós, os Humanos* – lançado naquele período. Nas cenas, a atriz Cleyde Yáconis pedia o livro ou era mostrada com ele, lendo. 81

Em diferentes entrevistas tratou de sua participação na novela: seria mais uma forma de divulgar teorias psicológicas e a atuação dos psicoterapeutas –, não uma maneira de se autopromover. 82 Numa dessas entrevistas é dito:

Gikovate costuma dizer que a exposição ao grande público não lhe traz novos pacientes. Ao contrário, afirma, essa atitude já lhe trouxe alguns problemas com a

. . .

<sup>&</sup>lt;sup>79</sup> Seu site é: <a href="http://www.flaviogikovate.com.br/">http://www.flaviogikovate.com.br/>.

<sup>&</sup>lt;sup>80</sup> O livro *No Divã do Gikovate*, lançado em 2009 pela Editara Globo, no qual é transcrito uma seleção temática das gravações no teatro, traz na dedicatória a menção aos amigos de longa data Silvio de Abreu e sua esposa, Maria Célia.

<sup>81</sup> Numa reportagem sobre os *merchandisings* dessa novela, foi dito que cada inserção custava R\$ 950 mil (cf. notícia em Folha UOL, "Melina faz merchandising de cozinha sem ter casa em 'Passione'". Disponível em: <a href="http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/794532-melina-faz-merchandising-de-cozinha-sem-ter-casa-em-passione.shtml">http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/794532-melina-faz-merchandising-de-cozinha-sem-ter-casa-em-passione.shtml</a>. Acesso em 2/10/2012). Essa aparição, além de uma promoção das publicações do psicoterapeuta, desta feita realizada pela MG Editores, é uma propaganda indireta da própria programação produzida e veiculada pelo Sistema Globo de Rádio (SGR), uma vez que a CBN o integra.

Ver, entre outros: <a href="http://tc.batepapo.uol.com.br/convidados/arquivo/comportamento/psicoterapeuta-empassione-flavio-gikovate-diz-que-mulher-tem-razao-em-ter-ciumes-de-computador.jhtm">http://tc.batepapo.uol.com.br/convidados/arquivo/comportamento/psicoterapeuta-empassione-flavio-gikovate-diz-que-mulher-tem-razao-em-ter-ciumes-de-computador.jhtm</a>. (Acesso em: 26/9/2012).

clientela do consultório. Ele diz que a motivação de participar da novela é a mesma que permeia toda a sua carreira: divulgar sua profissão para o maior número de pessoas possível. "É certo que uma novela como essa atinge um público que jamais atingi. De tudo o que fiz na divulgação do meu trabalho, esse convite do Sílvio é a cerejinha do sundae" (Disponível em: http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/flavio-gikovate-o-psiquiatra-da-novela-das-oito. Acesso em 26/9/2012).

Refere-se de maneira semelhante ao programa na rádio: ele não o ajudaria a atrair novos pacientes para a clínica, tampouco a vender livros. Sua recompensa estaria em atingir o grande público com suas palavras: "as pessoas aprendendo coisas elas melhoram na sua qualidade de vida". E continua:

Aliás, isso é o mais gratificante para mim, porque, se não fosse isso, eu já teria parado. [...] E uma recompensa minha – nessa altura da vida, quando eu comecei a fazer o programa, tinha mais de 40 anos de profissão, tinha uma clínica muito grande há muitos anos – não é a ideia de que isso vai me ajudar a ter cliente, coisa nenhuma. Nem a vender livro. Por que não vende livro. É engraçado, já fiz muitas coisas, nada vende livro (FLAVIO GIKOVATE, entrevista, 7/4/2010).

O Dr. Gikovate parece representar um personagem para o grupo social que frequenta o programa; abarca tanto o papel de médico-psiquiatra e de psicoterapeuta quanto o de divulgador, de modo a harmonizá-los, sem que o desempenho de um atrapalhe o do outro. "Eu nunca me furtei a fazer esse trabalho de divulgação em paralelo a trabalhos mais sérios, mais teóricos – sempre com muito gosto", disse na palestra de lançamento do livro *No Divã do Gikovate*. <sup>83</sup>

Ao se mostrar no papel de um divulgador, é cuidadoso para não ser visto negativamente, tentando minimizar os rendimentos materiais (e, de algum modo, também simbólicos) de sua exposição midiática. Reforça que ela não o ajudaria a vender livros – "já fiz muitas coisas, nada vende livro" – ainda que, até 2012, como citado, já tivesse vendido quase um milhão de exemplares, uma quantia importante para um escritor brasileiro. <sup>84</sup> Nessa palestra, o autor justificou sua atuação na rádio: foi um "sonho" que demorou mais de vinte

.

<sup>83</sup> Essa imagem é reiteradamente reforçada em sua atuação: "sempre achei que a psicologia era tema de interesse geral, que deveria ser tratado em linguagem coloquial e ser acessível ao maior número de pessoas. Assim, além da clínica, tenho feito de tudo, desde 1977, para contribuir na divulgação dessa ciência: escrevi para jornais e revistas, tornei-me âncora de programas de televisão, fui entrevistado por incontestáveis veículos, viajei o país inteiro compartilhando o que aprendi", diz na apresentação de seu livro *No Divã do Gikovate* (2009, p. 9).

<sup>&</sup>lt;sup>84</sup> A título de comparação, alguns médicos psiquiatras formados pela USP no mesmo período que o Dr. Gikovate, também atuam como divulgadores, circulando pela mídia e publicando livros ao grande público. Um deles é Içami Tiba – que, até 2010, havia publicado 28 livros e vendido mais de quatro milhões de exemplares – sobretudo, campo educacional (cf. currículo de Tiba. Disponível <a href="http://www.tiba.com.br/curriculo.asp">http://www.tiba.com.br/curriculo.asp</a>. Acesso em: 15/5/2013); outro é José Angelo Gaiarsa que, ao longo de publicou trinta livros e atuou num programa de TV (Disponível <a href="http://revistatpm.uol.com.br/48/vermelhas/01.htm">http://revistatpm.uol.com.br/48/vermelhas/01.htm</a> Acesso em: 15/5/2013); outro ainda é Paulo Gaudencio, professor universitário da Pontificia Universidade Católica de São Paulo e autor de treze livros de divulgação (cf. Instituto Paulo Gaudencio. Disponível em: <a href="http://www.paulogaudencio.com.br/gaudencio.html">http://www.paulogaudencio.com.br/gaudencio.html</a>. Acesso em: 15/5/2013).

anos para ser realizado. Era o único meio em que ainda não tinha trabalhado e, desde os anos 1980, quando conheceu o programa da "terapeuta psicossexual", Dra. Ruth Westheimer, uma judia alemã radicada em Nova Iorque, gostaria de fazer algo semelhante no Brasil. <sup>85</sup>

Westheimer foi uma das primeiras a ter um programa de rádio, *Sexually Speaking* <sup>86</sup>, no qual eram discutidos assuntos relacionados à sexualidade e à vida amorosa. <sup>87</sup> Foi baseado nessa emissão que criou *No Divã do Gikovate*.

A atuação que se mostra quase altruísta – de tornar "a psicologia [...] acessível ao maior número de pessoas" –, na qual sua gratificação estaria em saber que "melhora a qualidade de vida de seu público" (cf. entrevista, 7/4/2010), não minimiza a importância da visibilidade e da circulação para que sua carreira continue a prosperar. É justamente essa visibilidade que está em jogo e lhe traz legitimidade frente o grande público. <sup>88</sup>

### O programa

Até abril de 2011, esse "programa de comportamento", nos termos do Dr. Gikovate (palestra, 5/12/2009), era transmitido ao vivo na Rádio CBN, nas noites de domingo, sendo as perguntas feitas por telefone e e-mail. Uma vez por mês, ele era gravado no Teatro Eva Herz, na Livraria Cultura do Conjunto Nacional, sendo veiculado em algum domingo em que o

<sup>&</sup>lt;sup>85</sup> O encontro foi promovido pelo Dr. Gikovate para oferecer à terapeuta um exemplar da tradução brasileira de *O Guia do Bom Sexo*, um livro dela prefaciado pelo psicoterapeuta brasileiro (cf. palestra, 5/12/2009).

<sup>86</sup> Como o Dr. Gikovate, Westheimer também circulou pelos meios de comunicação, além de ter escrito mais de trinta livros com distribuição mundial. Seus programas de televisão foram veiculados nos Estados Unidos e internacionalmente. Para detalhes dos programas e da carreira, ver o site pessoal de Westheimer (Disponível em: <a href="http://www.drruth.com/content/view/42/27/">http://www.drruth.com/content/view/42/27/</a>. Acesso em: 30/4/2011). Na França, uma emissão homóloga à da terapeuta estadunidense é a de Ménie Grégoire, que foi ao ar entre 1967 e 1981 pela *Radio Télévision Luxembourg* (RTL). No acervo da Inathèque, em Paris, é possível consultar essas emissões. Apesar da temática e do formato parecidos — ouvintes ligam e conversam sobre problemas pessoais e familiares —, há uma grande diferença no tempo da fala dos participantes, entre a emissão francesa e a do psicoterapeuta brasileiro. Enquanto o tempo entre a pergunta e a resposta na emissão do Dr. Gikovate é por volta de cinco minutos, na de Grégoire havia uma conversa de um pouco mais de quinze minutos entre ela, o participante-ouvinte e o terapeuta do programa. Em cada emissão, Grégoire conversava com três pessoas. Já na versão brasileira geralmente há doze participações. Em outras palavras, a apresentadora francesa dialogava mais com os participantes enquanto que Dr. Gikovate responde a uma questão e, somente em algumas ocasiões, pede-lhes rápidos esclarecimentos. Para uma análise da correspondência recebida pela apresentadora francesa, ver Cardon (1995).

<sup>&</sup>lt;sup>87</sup> A palestra e o lançamento mencionados aconteceram no Teatro Eva Herz, em dezembro de 2009.

<sup>&</sup>lt;sup>88</sup> Essa grande admiração que a atuação do Dr. Gikovate suscita nos ouvintes, e espectadores do teatro, será analisada no capítulo 5 "Participantes da plateia em *No Divã do Gikovate*".

apresentador não estivesse disponível para fazer o programa ao vivo. <sup>89</sup> A partir de maio de 2011, o terapeuta deixou de realizá-lo na rádio e passou a fazer encontros semanais no teatro. Gravações esporádicas também ocorrem em outras unidades da Livraria Cultura — Brasília, Recife, Porto Alegre, entre outras.

Seu formato é mantido – uma breve reflexão (chamada de "pensata") é feita pelo psicoterapeuta a respeito de um tema solicitado pelos ouvintes naquele período; em seguida, passa a responder perguntas. São quatro blocos de doze minutos, com duas ou três perguntas em cada. A diferença do programa no teatro, com relação ao da rádio está na interação face a face, e nos constrangimentos que ela gera. Nesse evento, o psicoterapeuta é sempre acompanhado por outro profissional da CBN. É um produtor, ou apresentador, quem faz a mediação entre as perguntas e respostas formuladas.

Nesse novo ambiente, a plateia do teatro participa: ou perguntando diretamente, por meio do microfone, ou anotando as questões num papel previamente distribuído pela produção e dirigindo-as ao palco. Ao longo da gravação, o mediador seleciona três ou quatro para serem lidas, uma em cada bloco, privilegiando com mais tempo as feitas no microfone. Não há uma pauta prévia para os temas das questões colocadas pela plateia, tanto as "ao vivo" quanto as por escrito. Tampouco precisam relacionar-se com o comentário inicial do programa. É o Dr. Gikovate quem escolhe, de acordo com a demanda de cada gravação, os que participarão no microfone. Alguns critérios são explicitados – quem pediu para perguntar primeiro, variar participantes homens e mulheres, entre outros. O psicoterapeuta orienta também as intervenções dos presentes. Um exemplo, o comentário feito depois da terceira participação feminina no microfone: "Os ouvintes vão pensar que só tem mulher aqui [...], a CBN é uma rádio essencialmente masculina" (gravação, 3/11/2009). Essa fala sugere a necessidade de adequar-se a um suposto público-alvo. Nesse mesmo dia, quando abriu o programa com "Esperteza: um modo de inteligência", Dr. Gikovate vetou o segundo pedido para que comentasse o tema da esperteza, feito por um rapaz, pedindo que falassem de outro assunto. Em seguida, uma mulher indagou qual teria sido "o caso mais bizarro" já visto por ele, sendo também vetada, pois era a segunda questão que fazia no microfone e era preciso dar chance a outros. Uma terceira pergunta foi vetada na sequência: um homem pedia para que comentasse "a contribuição de [Claude] Lévi-Strauss" (morto recentemente na época). O psicoterapeuta afirmou que o programa estava "muito teórico" e os ouvintes mudariam para a Bandnews, emissora de rádio concorrente da CBN. Aos risos da plateia, pediu às pessoas "uns

<sup>89</sup> Acompanhei, como dito anteriormente, as gravações no teatro de maio de 2008 a maio de 2011. Elas aconteciam geralmente na primeira terça-feira do mês, às 19hs.

casinhos", sugerindo que as questões fossem "pessoais". Frequentemente, no início e nos intervalos, lembra os presentes de que o programa "fica mais interessante" quando são feitas "perguntas razoavelmente pessoais" ou de que não é para falar de "histórias tão genéricas" (gravação, 2/3/2010).

Em outro encontro com a plateia do Eva Herz, afirma,

as perguntas de preferência com tom pessoal — e não o que eu acho da conspiração contra o ditador do Egito, porque eu não acho nada [risos da plateia]. Outro dia falei que eu não achava nada, queriam um assunto mais ligado a coisas... de caráter religioso, recebi um monte de e-mails quase ofensivos dizendo que eu tinha obrigação que achar coisas. Eu não acho nada! A não ser assuntos de psicologia, ainda assim com uma pequena reserva, é só uma opinião (gravação, 1/2/2011).

Ao pedir "questões pessoais" na gravação, o Dr. Gikovate incentiva e tenta orientar a manifestação dos presentes: "aqui as pessoas costumam contar histórias bastante íntimas e sempre [foram] muito bem recebidas por todo mundo... e adequada e respeitosa [é] a forma de participar da plateia" (gravação, 6/4/2010). Em entrevista, quando indagado a respeito da exposição dos participantes, ele reforça a ideia de que seu programa possui um ambiente respeitoso:

No teatro também acho que elas se expõem [como quando ligam para a rádio], mas acho que ninguém se sente ameaçado, porque tenho um jeito de responder que é muito atencioso, ao mesmo tempo, muito firme; ao mesmo tempo, muito pouco crítico e muito pouco agressivo. Isso, na verdade, é o que define as características de um bom terapeuta na vida real. O terapeuta tem que ser isso também no consultório. [...] Elas já desenvolveram uma confiança em mim e no ambiente que se forma ali, não há nenhuma ironia ou gozação. Não tem mesmo. Num teatro praticamente cheio, em dia de chuva, quer dizer, entre 150 e 200 pessoas, todo mundo quieto, respeitoso. Não tem baderna, não tem zoeira. Isso não é sempre assim. Isso é porque a frequência é voluntária, vai quem quer; e quem vai, vai com gosto e interesse. E também não tem gaiato, de entra e sai. Esse negócio de ficar entrando e saindo (FLAVIO GIKOVATE, entrevista, 7/4/2010).

As pessoas se sentiriam à vontade para falar de si, pois na gravação se constituiria um ambiente no qual confiariam. A postura do psicoterapeuta – "atencioso", "firme", "pouco crítico" e "pouco agressivo" – contribuiria para esse ambiente em que o público, constituído voluntariamente, sentir-se-ia respeitado para colocar seus problemas e dúvidas de maneira "pessoal".

Mesmo com o incentivo do psicoterapeuta e integrando uma plateia de anônimos, os entrevistados desse grupo social se dividem ao comentar a exposição daqueles que fazem perguntas no microfone. Alguns julgam que se expõem – "a pessoa está no palco", diz um entrevistado referindo-se à visibilidade de quem participa na plateia como se ela fosse equivalente à ida ao palco (MAURÍCIO, entrevista, 30/4/2010); outros não veem as perguntas dirigidas ao palco como um modo de exposição – "elas [as pessoas] não se expõem, mas se sentem muito expostas", ajuíza outro entrevistado (HUDSON, entrevista, 24/5/2010). Para

ele, haveria uma "sensação de exposição", mas momentânea, pois, ao final da gravação, já na livraria, as pessoas não mais lembrariam umas das outras. Essa "sensação de exposição", contudo, nunca impediu que, a cada gravação, mais de dez pessoas aceitassem se manifestar e falar de si mesmas.

As respostas do Dr. Gikovate, no entanto, são genéricas – "você precisa tomar cuidado, está pensando no seu pai e avô e eu estou falando genericamente" (gravação, 2/2/2010), avisa o psicoterapeuta a um participante. Ele tipifica comportamentos e personalidades, generalizando-os. Esse recurso não é somente útil, mas também necessário, uma vez que se dirige a um público amplo. O comentário que iniciou a gravação de fevereiro de 2010 – a respeito da "relação entre felicidade e conduta moral" – ilustra a tipificação feita em sua argumentação:

O tema é complexo e difícil de falar mais ou menos sobre isso, mas, na realidade, [...] podemos dizer que aquelas pessoas que lidam melhor com frustração e contrariedade são aquelas que quase sempre são mais rápidas para superar as adversidades e os desconfortos que sempre estão presentes na vida de todos nós. Então, a capacidade de lidar bem, suportar e rapidamente superar os aborrecimentos e desconfortos da vida – doenças, pessoas que nos decepcionam, dificuldades materiais, fome, sede – [...] aguentam melhor frustração e contrariedades tendem a ficar em paz com mais facilidade. As pessoas que lidam mal com frustração e contrariedade costumam ser pessoas mais egoístas, centradas nelas mesmas e incapazes de se pôr no lugar dos outros porque, ao se pôr no lugar dos outros, a pessoa corre o risco de sofrer outros desconfortos e sofrimentos. Se pôr no lugar do outro, supondo que ele esteja sofrendo de alguma dor ou mal-estar, implica que a gente sinta empaticamente a dor do outro. E como o indivíduo não gosta de lidar com dor e frustração, ele evita esse processo de se colocar no lugar do outro. Fica uma pessoa muito centrada em si mesma, sem sentimento de culpa, é verdade, mas sem grande capacidade moral, porque ela nasce de a gente imaginar os direitos e a posição da outra pessoa também. Todo processo moral supõe que a gente consiga dar valor também ao outro [...] (gravação, 2/2/2010).

As pessoas são divididas, desse modo, entre aquelas que lidam "melhor" ou "mal" com frustração e contrariedade. Em outros termos, o psicoterapeuta racionaliza os comportamentos ao tipificá-los – de um lado, os que lidariam "melhor" superariam mais rapidamente as adversidades e desconfortos da vida, enquanto que, de outro, estariam os egoístas, centrados em si mesmos, "sem sentimento de culpa" –, tornando as interações mais previsíveis. Com frequência, os presentes pedem comentários a respeito de dois tipos de personalidade – o "generoso" e o "egoísta" – ambos concebidos e discutidos em livros do psicoterapeuta. Nesse mesmo dia de gravação, a primeira participante no microfone trouxe a relação com sua irmã: ela "egoísta" e a irmã "generosa". Os próprios participantes utilizam essas duas categorias para falar de si mesmo e de outros. No comentário, Dr. Gikovate trata dessas personalidades em termos gerais, não se dirigindo especialmente à participante e à sua irmã.

Dois tipos de questões destacam-se na interação com a plateia: um deles abarca as que se referem às relações tecidas na contemporaneidade, às mudanças ocorridas e às especulações acerca de mudanças futuras. São, portanto, pedidos feitos ao psicoterapeuta para comentar aspectos da sociedade atual. Nesse grupo podem ainda ser acrescentadas aquelas que não trazem conteúdos ligados diretamente ao mundo da psicologia, por exemplo, um professor de educação física pede para que se comente a ida de jogadores de futebol, cada vez mais jovens, para a Europa (gravação, 2/2/2010) – isto porque o psicoterapeuta já trabalhou, no início dos anos 1980, no Corinthians – ou a relevância do legado de Lévi-Strauss (gravação, 3/11/2009), citado anteriormente. Constituem outro tipo, os pedidos de comentários a respeito de "histórias pessoais", em que as pessoas falam de si, de pessoas próximas, de "amigos". Elas versam sobre os mais variados relacionamentos (familiares, amorosos, profissionais), comportamentos, diagnósticos e medicamentos utilizados.

A pergunta de uma moça, diagnosticada com "síndrome do pânico" por seu médico, pertence a este segundo grupo de questões. Ela pedia uma opinião a respeito da possibilidade de tomar algum medicamento para diminuir a variação de humor (gravação, 1/7/2008). Outro caso foi relatado por uma senhora de aproximadamente 50 anos (gravação, 11/8/2009). Ela contou sua experiência de ter sido internada pela família, a despeito de sua vontade, "com o diagnóstico de delírio". Disse que se sentia vítima de um "complô familiar" e gostaria apenas de compartilhar com o público essa experiência ruim, pois não foi ouvida por seus familiares, tampouco pelos médicos que participaram de sua internação. 90 Contou ainda que buscara a ajuda de um psiquiatra, porém não conseguira reunir a documentação pedida por ele, uma vez que o hospital no qual fora internada não disponibilizara tais informações e documentos. Ela pedia a simpatia da plateia e do psicoterapeuta para com a sua história. Na gravação de dezembro de 2008, uma senhora de 42 anos, divorciada e mãe de três crianças, relatou que arrancava seus cabelos. Aos onze, tinha arrancado os cílios e, anos mais tarde, depois de romper o relacionamento com seu marido (violento), voltou a arrancar, desta vez, os cabelos. Ela pedia, implicitamente, orientações para parar. A essa senhora, o psicoterapeuta disse que ela tinha "tricotilomania", um tipo de automutilação. Explicou para o público qual era o comportamento de pessoas com essa mania, o motivo para agirem assim (gosto pelo próprio sofrimento) e em quais períodos ela acontecia. Informou quais eram as medicações recomendadas e, ainda, solicitou que a participante refletisse sobre as causas de seu comportamento. Por que sentia prazer no sofrimento?

. .

<sup>&</sup>lt;sup>90</sup> A intervenção dessa senhora ilustra o que Illouz nomeou como modelo de comunicação entre aqueles com alta competência afetiva. A pessoa, ao falar de si, visa à "transparência".

Nos comentários para este segundo grupo de questões, o psicoterapeuta parece tentar nomear a psicopatologia quando lhe parece pertinente explicar os comportamentos que causam incômodos. Sugere, então, medidas para mudá-lo, seja por medicamentos, seja por mudança de atitudes. Em outros termos, Dr. Gikovate sustenta para seu público uma aproximação com teorias da psicologia desenvolvidas nos Estados Unidos, no pós-guerra, ou seja, uma concepção mais comportamental, que privilegia o tempo presente. <sup>91</sup> Quando indagado a respeito de suas influências, na palestra proferida na ocasião do lançamento de um de seus livros, menciona intelectuais europeus que migraram no entre guerras aos Estados Unidos, além de Freud:

Eu sofri muitas influências e gosto de ter sofrido muitas influências. Desde mocinho, nunca consegui ser discípulo de uma só corrente. [...] Tenho muito respeito pelos fundadores da Psicanálise, tanto Freud quanto [Carl] Jung, como Otto Rank, evidentemente mais pelo Freud. Tenho respeito por alguns de seus seguidores, em particular alguns que foram para os Estado Unidos e criaram – nesse momento mágico de fusão da cultura tradicional, clássica e erudita europeia com o pragmatismo norte-americano, que pede coisas rápidas, eficientes e coisas que funcionam mais ou menos rapidamente, com alguma objetividade –, o que se chama de psicoterapia breve. Em particular um autor, um médico [judeu e húngaro], que se chama Franz Alexander, que foi uma influência importante para mim. Outros autores, como o Erich Fromm, com sua visão mais culturalista, também me influenciaram muito. A maior influência que eu sofri foram os oito mil pacientes que eu atendi (palestra, 5/12/2009).

Além de elencar influências teóricas, o "terapeuta midiático" não deixa de mencionar para a plateia do teatro, seu outro público – aquele do consultório –, costurando nessa fala suas diferentes atuações e a interdependência delas, ou seja, uma atuação conferindo legitimidade à outra.

#### Quem vai

Numa reportagem publicada em *O Estado de S.Paulo* – "É preciso ser feliz sozinho" – é dito que o programa possui uma média de 30 mil ouvintes somente na capital paulista, segundo a emissora (MARSIGLIA, OESP, 14/6/2009, p. J8). Para o Dr. Gikovate, "não é um programa que estoura. Ele tem um segmento de mercado bem definido e, mais ou menos, fixo, quer dizer, para pessoas que se interessam por assuntos de comportamentos". Diz ainda,

<sup>&</sup>lt;sup>91</sup> Alain Ehrenberg distingue as correntes da psicologia desenvolvidas nos Estados Unidos daquelas da França, sugerindo que as primeiras seriam mais comportamentais. Para esta distinção, ver Ehrenberg (1998). Eva Illouz também estuda a divulgação da psicanálise, bem como o florescimento de teorias psicológicas nos Estados Unidos (cf. 2008; 2011).

óbvio que é muito diversificado, mas, na essência, o núcleo é de classe média, razoavelmente instruído; é um pouco o público da CBN modificado, pois o público da CBN é um público claramente masculino e meu programa tem um público meio a meio, tem bastante homem, mas é meio a meio. É o meu público em todo o lugar, gente instruída, não dogmática, de mente aberta. Ou seja, que não gosta de coisas tão padronizadas, que aceita pensar mais livremente (FLAVIO GIKOVATE, entrevista, 7/4/2010).

Em traços rápidos, para ele, trata-se de um público misto, de "classe média", escolarizado, interessado por temas da psicologia ("assuntos de comportamento") e de "mente aberta", "não dogmática". Essa percepção é partilhada pelo público que frequenta as gravações.

Um entrevistado de 25 anos, formado em ciências sociais e funcionário de um Tribunal de Justiça na Grande São Paulo, descreve o público a partir de traços socioeconômicos, considerando aspectos subjetivos. Diz ele,

Ele fala para essas pessoas, que estão procurando essas ferramentas para entender a própria vida, seja o foco individual, seja o foco social, sexual, profissional [...]. Ele tenta colocar algumas dessas ideias, a partir do que ele foi coletando. Seria para pessoas que querem ser mais felizes, que querem simplesmente ter mais tranquilidade na vida, poder enfrentar as dificuldades da vida com mais serenidade [...]. O recorte é o público de classe média, classe alta, bem voltado para questões individuais (CHICO, entrevista, 15/4/2010).

Alguns entrevistados apontam também uma distinção entre o público da rádio e aquele que frequenta a livraria. Numa entrevista com outro rapaz de 25 anos, estudante do curso de direito e estagiário num escritório de advocacia próximo ao Conjunto Nacional, essa diferença se coloca nos seguintes termos:

O público que vem à gravação, não sei se posso dizer que é mais elitizado. Ele demonstra mais interesse em cultura geral, não sei, talvez esteja errado. É o que me parece porque a pessoa se propõe a sair da casa dela ou sair do trabalho num momento em que poderia ir para casa descansar e ela vem para a livraria para prestar atenção no que um psicanalista tem a dizer, sobre um problema que talvez nem seja o dela (HUDSON, entrevista, 24/5/2010).

Para este assíduo ouvinte e frequentador das gravações, o público do teatro seria "elitizado" e "interessado em cultura geral" – como ele próprio. Não haveria – poder-se-ia dizer – uma busca instrumental pelas orientações do psicoterapeuta entre os que vão às gravações –, diferentemente daqueles que fazem suas perguntas na rádio. Esse parece ser o seu caso e o de outros frequentadores, que nunca fizeram perguntas e estão ali "para ouvir" (OTAVIO, entrevista, 8/6/2010). Hudson tem uma percepção diferente daquela do entrevistado anterior, o cientista social Chico.

O Dr. Gikovate particulariza o público da rádio em relação a outros públicos consumidores de suas outras atuações profissionais. Afirmou, numa entrevista,

Psicologia não é assunto para especialistas, mas de todo mundo. Faço essas coisas também porque é uma forma de entrar em contato com um público diferente do que eu encontro normalmente. Na rádio, respondo perguntas de *gente tacanha*, que jamais teriam condição de pagar uma consulta. Estão em outro patamar financeiro. Mas o que dizem, é ouro puro. As colunas e programas de rádio que eu faço não me trazem clientes. Às vezes, só atrapalham (Disponível em: <a href="http://veja.abril.com.br/entrevistas/flavio\_gikovate.shtml">http://veja.abril.com.br/entrevistas/flavio\_gikovate.shtml</a>>. Acesso em: 28/9/2012, grifos nossos).

Ele destaca, desse modo, seu trabalho de divulgador ao se referir ao público do rádio. Essa "gente tacanha" se opõe aos clientes do consultório. Também não se identifica com o público do teatro que, segundo a percepção do participante mencionado acima, é "elitizado". Numa entrevista dada a *Playboy*, em 1979, o psicoterapeuta define o seu público do consultório: "eu trabalho com pessoas de nível classe média para cima, nível universitário em termos de formação intelectual". <sup>92</sup> Mais de trinta anos depois, o público do consultório parece ter se ampliado: ele também atende uma "clientela estrelada, repleta de políticos que vêm de Brasília apenas para vê-lo", é dito numa entrevista a Joyce Pascowith. <sup>93</sup>

As afirmações do psicoterapeuta veiculadas pela mídia e as impressões de participantes das gravações do programa de rádio confirmam uma distinção esperada: o Dr. Gikovate tem um público variado, conforme sua atuação. O público se amplia quando ele passa do "divã" ao "palco", de sua atuação como médico e psicoterapeuta, com consultório nos Jardins, a um animador e divulgador na rádio. Em termos gerais, o consumo de bens culturais é diferente segundo aqueles que têm maior ou menor capital social e cultural. Não há nenhuma novidade nessa afirmação que acrescente à formulação de Bourdieu (2007).

Uma das intenções dessa reflexão é, a partir dessa constatação, analisar a plateia das gravações em relação ao "capital afetivo", nos termos de Eva Illouz, sobretudo em relação àquela que frequenta os programas de auditório das emissoras de televisão.

São pessoas que pertencem a um mundo social mais psicologizado e tentam racionalizar sua vida emocional a partir de termos e noções advindos de teorias psicológicas.<sup>94</sup>

Mesmo não associando seu comportamento a uma psicopatologia, uma moça no auditório, no início de seus vinte anos, racionaliza e justifica seu modo de se comportar como se já soubesse o que fazer para evitar sua insegurança, que a incomodava. Em sua fala para o psicoterapeuta, afirma querer ser mais confiante em seus relacionamentos amorosos:

<sup>93</sup> Disponível em: <a href="http://flaviogikovate.com.br/EntrevistaJoycePascowitch.pdf">http://flaviogikovate.com.br/EntrevistaJoycePascowitch.pdf</a>>. Acesso em: 1/10/2012.

.

<sup>92</sup> Naquele momento, com treze anos de carreira e cinco livros publicados, ele já era referido como um profissional de muito êxito pela revista – "Gikovate é uma celebridade em São Paulo e, com seus livros, está se tornando reconhecido nacionalmente" (Disponível em:

<sup>&</sup>lt;a href="http://www.flaviogikovate.com.br/materias/playboy.pdf">http://www.flaviogikovate.com.br/materias/playboy.pdf</a>>. Acesso em: 29/9/2012).

<sup>&</sup>lt;sup>94</sup> Ver adiante o capítulo 5 "Participantes da plateia em *No Divã do Gikovate*".

Meu nome é Thaís. Eu tenho um problema muito grande com relacionamento. Toda a vez que eu começo um relacionamento, começo segura, confiante. Com o passar do tempo, eu acabo me fechando e, sem pensar, acabo colocando a pessoa em primeiro lugar em tudo. Automaticamente, por ser muito carente, se não vejo a recíproca da pessoa, eu acabo me sentindo mal, achando que, talvez, a pessoa não esteja gostando de mim à altura, ou que, talvez, haja alguma coisa errada em mim. Eu queria saber como lidar com isso, com essa parte de confiança. [...] O meu grande problema são essas neuras que eu tenho, de achar que não sou tão boa para a pessoa, de, talvez, falhar em determinado ponto. São mais coisas minhas. Talvez eu não passe isso para as pessoas, mas fica na minha cabeça (gravação, 1/2/2011).

Outro exemplo que ilustra a familiaridade da plateia do Dr. Gikovate tem com o campo da psicologia e psiquiatria é a fala de uma mãe cuja filha foi diagnosticada com transtorno borderline:

Boa noite. Meu nome é Eunice. Eu tenho uma filha de 22 anos que desde os sete apresentou vários problemas: primeiro de aprendizagem, foi diagnosticada como TDAH, tomou ritalina, depois aos doze anos teve uma depressão, foi para o psiquiatra, tomou remédio para depressão, depois foi diagnosticada como bipolar, e sempre tomando remédios, e sempre tendo problemas de relacionamento. Agora, o último diagnóstico, neste psiquiatra que ela está, foi de transtorno borderline. Aí a gente vai ler tudo aquilo e há uma porção de coisas que ela não apresenta, outras que apresenta — porque ela é compulsiva, compulsiva por compras, compulsiva por alimentos. O que eu queria de sua ajuda é como é que, como pais, a gente pode ficar nessa fragilidade de diagnósticos de transtorno de personalidade? Porque a gente sempre foi a psiquiatras bons, conceituados, e estamos perdidos. Isso está... há dez anos que estamos nessa luta. É uma menina inteligente, mas ela não consegue manter relacionamentos, nem de amizade nem afetivos, e é infeliz (gravação, 1/3/2011).

Mesmo pedindo à plateia histórias pessoais e indagando alguns detalhes (idade do namorado, da noiva, do filho, por quanto tempo fez uso de tal remédio ou está separado, entre tantos outros), o psicoterapeuta comenta as histórias trazidas sempre de maneira distanciada. Não se dirigindo àquela pessoa em especial, porém fornecendo explicações genéricas acerca dos elementos referidos pelo participante – geralmente um comportamento que o incomoda, um diagnóstico recebido, um medicamento utilizado. As respostas genéricas e lacônicas do psicoterapeuta são bem vistas pelos entrevistados que frequentam o Teatro Eva Herz, uma vez que entendem a atuação do "terapeuta midiático" frente ao grande público. Nesse contexto, é um divulgador. Eles atribuem ao formato do programa – uma hora de duração para comentar cerca de doze perguntas – tanto a brevidade das questões quanto a dos comentários.

Um frequentador assíduo das gravações e fiel ouvinte, funcionário público estadual formado em ciências contábeis, de 53 anos, explica detalhadamente o funcionamento da emissão quando indagado sobre as respostas do psicoterapeuta:

E o Gikovate responde às perguntas?

Às vezes muito laconicamente, por causa do tempo que ele tem. Então, cada bloco ele tem que pegar pelo menos três pessoas – em média. Em média, dá cinco minutos para cada, menos de cinco minutos. Por que você tem a cada quinze minutos, mas você tem a propaganda, tem a CBN entrando – não sei, mas acho que ali cada

intervalo são três minutos, se não me engano, então já perdeu três minutos para o outro bloco de quinze minutos, então você já tem doze. Ele tem que ser muito rápido, muito lacônico, a coisa tem que ser resumida. E quando ele vê que a pessoa está enrolando muito para falar, ele logo corta. Tem gente que quer contar a história desde o nascimento, ele fala 'tenta ser mais objetivo porque nosso tempo aqui é curto'. Ele já apressa a pessoa. E para essa pessoa que fala isso, ele já vem mais rápido, a pessoa já demorou e ele está com o tempo é cronometrado. É o que eu te falei, é difícil a pessoa fazer uma pergunta em dois minutos, às vezes é um problema um tanto quanto complexo e extenso, e a pessoa tem que resumir tudo em dois minutos e receber a resposta em mais dois. Fica difícil. Às vezes ele fica muito travado. Então, você acha que ele foi muito resumido, lacônico, mas é a necessidade, não tem alternativa. Só se o programa cheio, de auditório, e ele fosse ouvir um por bloco. Aí, sim, teria doze minutos, que não é nada se você fosse para o divã dele, o consultório dele. Doze minutos não é nada, mas ali seria uma eternidade, nossa, daria para o cara conversar um monte. Por que lá tem que ser tudo muito rápido (OTAVIO, entrevista, 8/6/2010).

Além disso, os participantes do programa afirmam que esse "bate-papo" só é possível dada a vasta experiência clínica do Dr. Gikovate. Ele lançaria mão dessa experiência para formular as respostas. Nas palavras de uma entrevistada: "suas conclusões não são do além. Ele está baseado em sua clínica" (LIVIA, entrevista, 20/4/2010). Para esse grupo social, a experiência clínica legitima, portanto, a atuação do médico como divulgador. Não o contrário.

Para o funcionário público acima mencionado, o *merchandising* do livro na novela *Passione* é como um sinal de reconhecimento e admiração numa carreira já muito prestigiosa. Diz ele,

eu fui viajar esse final de semana, eu não assisto novela e a mulherada estava vendo a novela das 9. Você viu? Que propaganda para o Gikovate? Uma velhinha [referindo-se a atriz Cleyde Yáconis] disse assim para a empregada "por favor, vá até a estante e pegue *Nós, os Humanos,* do Dr. Flavio Gikovate". Depois ela ficou mostrando o livro. Que propaganda maravilhosa. Olha! Puxa vida!

É, essa novela, desse horário, na Globo...

Horário nobre, puxa vida! Eu te garanto que ele não está pagando não. Ele vai dizer, estão fazendo... talvez o autor da novela seja muito amigo dele... Apesar de que a CBN faz parte do Sistema Globo de Rádio (OTAVIO, entrevista, 8/6/2010).

Por outro lado, percebe a trama de relações na qual o psicoterapeuta está inserido: é amigo do autor e, sobretudo, possui um programa de rádio que pertence ao Sistema Globo de Rádio. O entrevistado sugere que essa visibilidade e a do livro atraem mais público para a própria emissão da CBN. A visibilidade, no entanto, não denigre a figura do médico: ao contrário, ele seria merecedor dela.

# Apropriações do discurso terapêutico

Pela análise do conteúdo das emissões e aspectos de sua produção, é possível levantar algumas das razões que levam pessoas, pertencentes a um grupo social com menos capital econômico, social, cultural e afetivo, a verem sentido em narrar histórias de sua vida pessoal num estúdio de TV, cuja gravação será veiculada "para todo o Brasil", enquanto outras, de um grupo com relativamente mais recursos, possuidores de um maior volume de capitais, não veem. Dito de outro modo, em quais condições elas falam de si publicamente? Daí a pertinência da comparação entre os participantes da televisão e de *No Divã do Gikovate* neste trabalho.

Pode-se desdobrar a questão de "falar de si publicamente" por meio da formulação de Eva Illouz (2008), referida anteriormente: haveria "competências afetivas" distintas e diferentes apropriações do discurso terapêutico por esses grupos sociais? Ou, nos termos da psicóloga D'Amico, "o que muda é a maneira de lidar", posta a nu nos episódios do programa: "as pessoas de classes mais altas", com um maior capital econômico, social e cultural, sentiriam vergonha até de assistir ao programa. Ou seja, o modo de as camadas com menos capitais, "classe C e D", lidarem com os problemas cotidianos – dando visibilidade a eles – causaria constrangimentos aos integrantes de um grupo social possuidor de maiores recursos. Estes últimos teriam outro repertório, relativamente mais psicologizado, para lidar com esses conflitos.

A entrevistada Lourdes, já mencionada (p.36), também fez alusão a essa diferença ao afirmar que os convidados do palco possuiriam "menos cultura" em relação às pessoas com "cultura elevada", maior escolaridade, referindo-se a seu filho e a mim, e, por isso, nós não precisaríamos do programa.

Illouz lança mão da distinção feita por Freud entre a socialização da filha de um zelador e a da filha de um burguês, que habitariam um mesmo prédio e conviveriam desde a infância juntas, para fazer referência à constituição de diferentes repertórios expressivos e cognitivos. Segundo Freud, no contexto do século XIX, a despeito de experiências semelhantes ao longo da infância, as duas meninas teriam desenvolvimentos psicológicos diferentes na vida adulta, posto que uma teria recebido educação sexual menos repressora em relação a outra. O psicanalista sugere que a filha do burguês provavelmente desenvolvesse mais neuroses devido à sua educação conservadora enquanto a outra moça teria uma vida

psicológica mais tranquila. Ao repensar essa analogia à luz de outro momento histórico, Illouz reforça a ideia de diferença na apropriação do discurso terapêutico entre as classes sociais. Na sociedade contemporânea, a situação se inverteria: a filha do burguês teria um repertório mais psicologizado e conseguiria lidar melhor com os conflitos cotidianos.

Há um discurso reiterado pelos produtores a respeito de seus convidados: pelo fato de serem "moradores de favela", seriam pessoas com concepções de intimidade e privacidade "opostas" as "nossas" (produtores e pesquisadora). Essas pessoas anônimas "revelariam", "abririam suas vidas" — expressões utilizadas na apresentação do programa no site da emissora — a fim de (e ao) participar. Elas já teriam uma vida exposta ("invadida", nos termos de um produtor) "na favela", por morarem em um ou dois cômodos, dividindo-os com filhos e outros parentes; a proximidade física na situação de moradia, portanto, faria com que elas não se sentissem constrangidas ao falar de seus dramas pessoais e familiares publicamente. Todos se conheceriam; as brigas entre pais e filhos, as traições conjugais... já seriam assuntos, em alguma medida, compartilhados na comunidade. É como se contá-los no ar não fosse uma "revelação" pública. A vida "na favela" foi contraposta à vida no "condomínio de luxo", onde o marido também briga com a mulher, com os filhos, porém os vizinhos não ficam sabendo. E se ouvem alguma coisa da contenda, quando se encontram no elevador, no dia seguinte, mal se cumprimentam. Poderia haver, assim, uma "distância" (que talvez trouxesse constrangimentos), não existente "na favela".

Sem dúvida o processo de urbanização contribui para a construção de uma individualização. A reflexão de Beck, nesse sentido, soma-se àquela de Corbin, ainda que em outra chave argumentativa. Beck refere-se à urbanização contrapondo-a, sobretudo, ao estilo de vida rural, destacando a expansão da educação, da publicidade, dos meios de comunicação e do consumismo (BECK, 2002, p. 5), como modos diferentes de constrições aos agentes, e afirmando que diferentes "arranjos da casa e do modo de viver" ("housing and living arrangements") passam a afetar os padrões de interação (p. 35). Corbin, de outro lado, narra uma paulatina privatização dos espaços da casa, a respeito do contexto francês no século XIX, *pari passu* com a constituição da subjetividade dos agentes (cf. CORBIN, 1991).

Rebatimentos dessas interpretações de contextos muito diferentes do brasileiro podem ser reconhecidos em reflexões nacionais a respeito dos bens culturais aqui estudados. Maria Celeste Mira (1998) acerca dos diferentes sentidos da noção de intimidade, aponta também o fato de a intimidade ser vivida de maneira diferente se forem consideradas as "classes

<sup>95</sup> Esta discussão será feita com mais detalhes adiante.

populares" em relação às "classes de maior poder socioeconômico", sugerindo um questionamento, portanto, da ideia de exposição da intimidade na mídia.

Ainda na literatura no campo da comunicação, Maria Celeste Mira não está sozinha em sua interpretação. A pesquisadora Carmen Lígia Torres faz coro a essa distinção em relação às "classes populares". Diz Torres:

Esta cena [de uma briga de casal, descrita por ela], ocorrida na rua em que Denise [sua entrevistada] mora, não ocorre só no bairro de Denise. Outras mulheres que participam desta pesquisa, moradoras do Jardim São Pedro, em Itapecerica da Serra, comentaram casos semelhantes, de brigas de casais na rua, de escândalos de traições conjugais, que todos ficam sabendo, e cenas de violência física entre homens e mulheres, muitas vezes na rua. Os casais brigam expondo-se aos vizinhos e a dor é compartilhada cotidianamente, todos sabem das dores alheias, compadecendo-se, dão conselhos, enfim, participam da vida privada de seus vizinhos e familiares com certa naturalidade.

As brigas, os conflitos à flor da pele, as manifestações, muitas vezes virulentas, das crises que ocorrem em suas vidas não são motivos para descrédito. O que para pessoas da classe média é grande vergonha – expor seus fracassos e chagas afetivas – é algo bastante comum no universo de vida das mulheres da pesquisa (TORRES, 2004, p. 192).

Há um senso comum – no sentido de ser partilhado pelos produtores e que ecoa em pesquisas acadêmicas – de que as "classes populares" ("faveladas") teriam uma "vida invadida", enquanto as "classes médias" ou "de maior poder socioeconômico", não. Sua sociabilidade seria "oposta" e avessa à exposição da vida íntima. Essa condição, aos olhos dos produtores, permitir-lhes-ia ir para a TV.

Mesmo considerando essas concepções de intimidade percebe-se uma distinção entre a exposição dos dramas familiares para um círculo mais vasto de relações, entre parentes e vizinhos, tal qual seria a sociabilidade das "classes populares", e a exibição dos dramas em cadeia nacional. As "classes de maior poder socioeconômico", contudo, compõem o público de *No Divã do Gikovate*, ou seja, participam com depoimentos pessoais, num teatro, espaço público, para terem um comentário do psicoterapeuta. Elas também falam de si diante de outras pessoas, que lhes são desconhecidas.

Questiona-se, aqui, por um lado, a construção desses depoimentos – quais elementos são mobilizados e articulados, para integrar a emissão de rádio; por outro, busca-se identificar e caracterizar formatos mais legítimos – a certo grupo social – para falar de si (como a emissão de rádio ou num teatro) em relação a outros (como a televisão). <sup>96</sup>

Pode-se verificar, ainda, um segundo desdobramento em relação ao falar publicamente de si, quando se trata da apropriação e divulgação do discurso terapêutico por essas emissões de TV. João Freire Filho, professor da Escola de Comunicação da UFRJ, destacou em sua

<sup>&</sup>lt;sup>96</sup> Essas questões norteiam a reflexão no capítulo 5 "Participantes da plateia em *No Divã do Gikovate*".

análise do programa *Casos de Família* a abordagem psicológica das histórias contadas, tanto por parte da apresentadora, na época Regina Volpato, quanto pelos psicólogos. Diz Freire Filho:

Na edição intitulada "Você passa muito tempo no banheiro" (08/09/08), em três das quatro famílias presentes ficava nítido que o cerne do problema era o fato de haver somente um banheiro em residências onde moravam diversas pessoas (treze, em um dos casos). Tal aspecto, contudo, não foi salientado em nenhuma ocasião por Regina Volpato. Enquanto Marlene, participante que morava em um quartinho nos fundos da casa do irmão, esclarecia que usava o banheiro de lá por não ter dinheiro para construir um em seu próprio cômodo, Regina exibia certo ar de incredulidade, como se ignorasse que a construção de um toalete, com todas as instalações hidráulicas necessárias, ultrapassa o orçamento de muitas famílias. O Dr. Ildo Rosa também parecia míope para a raiz do problema: "Marlene, você não tem outra opção que não seja mandar fazer o outro banheiro, e parece que nem o projeto dele ainda existe [o expert ri, nesse momento]" (FREIRE FILHO, 2008, p. 14, grifos do autor).

Muitos dos conflitos levados ao palco são problemas econômicos, sociais, políticos – desemprego, baixa escolaridade, moradias precárias –, e não psicológicos. O tratamento dado no programa, no entanto, não se volta às questões sociais que provocam o conflito; procura-se administrá-lo e resolvê-lo do ponto de vista individual, deixando de lado, muitas vezes as condições objetivas necessárias para sua transformação.

Freire Filho ilustra com outro caso a abordagem psicológica, que foca o equilíbrio na economia de emoções e sentimentos, desconsiderando as constrições sociais envolvidas:

No programa do dia 16 de setembro de 2008, "Se você não me sustentar, eu vou embora de casa", Mariana declarou que, às vezes, os filhos pediam pão, biscoito, leite, e ela não tinha dinheiro para comprar, já que o marido estava desempregado. "E por que você não está conseguindo lidar com isso?", questionou Regina, com o cenho quase franzido. A fome foi abordada pela apresentadora como um problema de "manejo emocional" e não como uma questão objetiva (física e moralmente dolorosa) atrelada a interações, processos e decisões de caráter coletivo (FREIRE FILHO, 2008, p. 15).

Em um quadro pouco veiculado no interior de *Casos de Família*, "poder de superação", a produção traz convidados antigos aos telespectadores, por meio de trechos editados de histórias narradas no palco, assim como as mudanças que a participação no programa tinha suscitado nessas pessoas. Em julho de 2008, depois de mostrar sucintamente o caso de intriga entre duas irmãs que residiam lado a lado, num mesmo lote, os telespectadores ficaram sabendo que as brigas entre elas haviam parado: uma não jogava mais lixo no quintal na outra. Foi exibida, então, a suposta resolução – ou "superação" – de uma intriga familiar como fruto da comunicação e dos esclarecimentos produzidos pelo programa.

A percepção de que a abordagem psicológica é, muitas vezes, deslocada em relação aos assuntos mobilizados não é, contudo, partilhada pelos convidados. Num exemplo mais recente, já sob a apresentação de Christina Rocha, foi construído o episódio "Essa vizinhança

é do barulho" (gravação, 23/4/2010). Nesse episódio, participaram dois trios de moradoras vizinhas num "prédio da COHAB", <sup>97</sup> que se desentendiam devido ao som alto. Uma delas dizia: "quer sossego? Vai morara em Alphaville. Aqui é COHAB!". Outra senhora, Jurema, morava com a neta, que gostava de ouvir suas músicas com intensidade. Junto com elas, residia o avô, casado com Jurema, a filha deles e um neto. Eram cinco pessoas num apartamento de dois quartos. Segundo Jurema, a psicóloga poderia ajudá-los a mediar a situação de conflito. A mesma expectativa em relação à atuação da psicóloga foi assinalada por outras convidadas, residentes no mesmo lote, que também brigavam pelo excesso de barulho. Um muro separava suas casas, mas não as isolava das músicas e ruídos provenientes do outro lado.

De acordo com Freire Filho, "da disposição franca dos participantes para o desvelamento da intimidade – somada à reavaliação conjunta de ideias, sentimentos e formas de conduta individual – decorrerá, supõe-se, o aprimoramento da comunicação e da interação familiar" (FREIRE FILHO, 2008, p. 13). O autor aponta, portanto, que a suposta comunicação promovida pelo (e no) programa visaria mediar os conflitos.

Ademais, a história de "superação" e as imagens das irmãs em suas casas indicam pessoas que moravam em área precária – provavelmente irregular e não urbanizada, onde não há a coleta regular do lixo doméstico. O quadro reforça, assim como o episódio da vizinhança barulhenta, a possibilidade de diminuição dos conflitos ainda que as condições de vida sejam as mesmas, recaindo sobre os agentes a possibilidade de mudança – se esse público aceitar, tal como o do Dr. Gikovate, expor-se e, sobretudo, conversar.

# Notas sobre a produção: "demanda espontânea" e "sistema de produção da exibição"

A produção dos programas encaminha duas lógicas de interações. De um lado, em *No Divã do Gikovate*, haveria uma "demanda espontânea", no sentido de que as pessoas iriam para o teatro sem nenhum contato prévio com a produção e não teriam suas intervenções pautadas por diretrizes, a não ser aquelas mencionadas anteriormente (a mesma pessoa não

<sup>&</sup>lt;sup>97</sup> A sigla para Companhia de Habitação de São Paulo, órgão municipal, foi associado às habitações de interesse social construídas pela Prefeitura.

pode participar por duas vezes seguidas, perguntas de homens e mulheres são intercaladas, perguntas pessoais são demandadas...). Caberia considerar as estratégias usadas por algumas livrarias (que não são apenas lojas de livros) para atrair consumidores. Elas passam a vender certo tipo de serviço: palestras, bate-papos, *workshops*, exposições, *pocket shows*, peças de teatro, lançamento de livros com palestras, gravações de programas para outras mídias. Com a visibilidade do escritor, proporcionada pelo evento na livraria, há maior chance de seus livros, e de outros, serem comprados.

De outro lado, em ambos os programas de televisão estudados, há um "sistema de produção da exibição". Há a criação de uma pauta pelas equipes e a busca por convidados, isto é, há a criação de uma demanda de ajuda – os programas colocam-se como se, em alguma medida, pudessem "ajudar" seus convidados –, e de uma demanda de exposição – com a participação, as pessoas ganham visibilidade pública. Não são somente os profissionais da emissora, que produzem o programa e contribuem para este sistema de produção da exibição. Algumas das pessoas que frequentam as plateias contribuem para a procura pelos participantes do palco, quando eles próprios não vão narrar suas histórias. A participação da entrevistada Neide é exemplar para ilustrar a circularidade entre a produção e o consumo desses bens culturais – ela é tanto contato como integrante de uma caravana, além de já ter participado no palco com um "caso". O termo "cachê", usado por uma caravanista para referir-se ao pagamento da emissora por seu trabalho, também indica essa circularidade.

Ana Claudia Fernandes (2002) faz referência ao "fascínio" exercido pela televisão, a partir de duas perspectivas: a primeira, diz respeito ao tratamento recebido no dia de gravação. Os convidados – pessoas comuns – são os personagens principais dos "casos" apresentados; são buscados em casa pelo carro da emissora, almoçam no mesmo restaurante que artistas e funcionários frequentam, são maquilados e têm seus cabelos arrumados, entram no palco sob aplausos e gritos da plateia. A segunda perspectiva faz referência à visibilidade advinda da participação entre familiares, vizinhos, amigos e até desconhecidos. É como se o convidado vivesse um dia de celebridade e obtivesse prestígio frente àqueles que não participaram.

Uma das histórias, entre tantas outras em evidência na mídia, no momento da realização das entrevistas com integrantes dos programas de TV, foi a separação de Claudia Raia e do ator Edson Celulari, assim como a narrativa do processo vivido pela atriz para superá-lo. Em outubro de 2010, ela foi a convidada do quadro "O que o público acha de

Claudia Raia", do *Domingão do Faustão*. <sup>98</sup> Telespectadores diziam o que pensavam da atriz e ela, em seguida, comentava. Um dos assuntos que veio à baila foi o final de seu casamento com o ator global, mencionado pelo animador. Fausto Silva reportava-se a ela como "Maria Claudia Mota Raia", "a filha de Dona Odete", "a mãe de Enzo e Sofia" – todas, tentativas de aproximá-la do público telespectador, mostrando-a não como uma "celebridade", e sim como uma pessoa comum. Tanto nesta situação, quanto naquela em que recebeu o prêmio de Melhor Atriz 2010 – prêmio também divulgado no *Faustão*, em março de 2011 –, a atriz mencionou sua dedicação ao trabalho na novela *Tititi* e como esse papel a teria ajudado a superar o momento difícil da separação. <sup>99</sup> Novamente, o apresentador conversa com ela utilizando as expressões citadas acima: a atriz premiada também é filha, é mãe, e termina seu casamento.

Desse modo, ao mesmo tempo em que Fausto Silva aproxima a celebridade, das pessoas comuns, é como se mostrasse a possibilidade de qualquer um tornar-se famoso. Renata Salecl afirma que o "culto da celebridade" permite essa tentativa de aproximação – como se estivesse dada a todos a chance de se tornar uma estrela, seja do tênis ou de Hollywood (2010, p. 49-54), aspirações possíveis no contexto estadunidense. Miceli acrescenta:

A fábula quer fazer crer na existência de um projeto salvador, *ao alcance de todos*. Qualquer um deve ter a aspiração de tornar-se o protagonista dessa história "positiva" e "otimista" em que os homens e o mundo parecem estar, cada dia, melhores, mais aperfeiçoados. O espectador está sempre lidando com a ideia "reconfortante" de que, por incrível que pareça, "nada mudou" nesse cantor [ou atriz], embora ele tenha sofrido um processo radical de transformação. Assim, todas as qualidades que a celebridade guardou consigo são traços constitutivos da "boa" pessoa. "era uma vez..." é o início de uma fábula fora do tempo, que descobre num homem genérico, comum, o potencial mágico para o salto (MICELI, 2005, p. 74, grifos nossos).

Essas histórias que têm visibilidade criam uma espécie de repertório capaz de fornecer parâmetros para os comportamentos e escolhas das pessoas comuns, nos termos de Illouz, "roteiros por meio dos quais os atores podem cognitivamente ensaiar suas experiências emocionais e refletir acerca das experiências e transações emocionais e outros" (2008, p. 18). Tais emissões evidenciam aos telespectadores a possibilidade de se falar publicamente, por exemplo, a respeito da separação de um casal — mais do que isso, da superação de uma mulher naquela condição, pois, mesmo separada, ela faz um "excelente" trabalho e é reconhecida por

Disponível em: <a href="http://domingaodofaustao.globo.com/videos/v/o-que-o-publico-acha-de-claudia-raia/1366522/">http://domingaodofaustao.globo.com/videos/v/o-que-o-publico-acha-de-claudia-raia/1366522/</a>. Acesso em: 11/5/2011.

<sup>&</sup>lt;sup>99</sup> Disponível em: <a href="http://www.youtube.com/watch?v=tqQn-8-mAws">http://www.youtube.com/watch?v=tqQn-8-mAws</a>. Acesso em: 11/5/2011.

ele. Nesse sentido, é possível cotejar a Claudia Raia no *Domingão do Faustão* e a entrevistada Neide em *Casos de Família*.

Tomando-se como referência a reflexão a respeito dos sentidos atribuídos pelos convidados à sua participação, pode-se entender que Claudia Raia, por ser uma atriz vinculada à Rede Globo, precise tomar parte nos programas da emissora que se dedicam a tratar da própria programação e a dar mais visibilidade aos seus artistas, como se estivesse incluído em seu contrato, frequentar esse tipo de emissão. Neide, por sua vez, busca e obtém outros ganhos (como será visto na p. 103 e seguintes), ela se tornou contato do programa, desfrutando de certo prestígio entre seus familiares e vizinhos por "trabalhar no SBT".

Enquanto "Maria Claudia Mota Raia" cumpria seu contrato de trabalho, Neide foi recrutada duplamente: como convidada e como contato. Ambas, entretanto, falam no palco, da superação da separação – a celebridade e a pessoa comum são evidenciadas na interação. À primeira vista, poder-se-ia dizer que uma delas fala com mais "espontaneidade" do que a outra – a atriz parece recuperar a felicidade, e o papel na novela *Tititi* a teria ajudado a superar as dificuldades. Raia aparece aos telespectadores como mais "autêntica" em relação ao caso ("produzido") de Neide. O pensamento de Goffman, tal como explorado anteriormente, permite outra abordagem para essa discussão acerca da autenticidade ou armação. Diz o autor:

Um personagem representado num teatro não é real, em certos aspectos, nem tem a mesma espécie de consequências reais que o personagem inteiramente inventado, executado por um trapaceiro. Mas a encenação *bem sucedida* de qualquer um dos dois tipos de falsas figuras implica o uso de técnicas *verdadeiras*, as mesmas técnicas graças às quais as pessoas na vida diária mantêm suas situações sociais reais. Os indivíduos que realizam uma interação frente a frente num palco de teatro devem satisfazer a exigência fundamental das situações reais. Devem expressivamente manter uma definição da situação: mas fazem isto em circunstancias que lhes facilitaram criar uma terminologia adequada às tarefas de interação das quais nós compartilhamos (2005, p. 233, grifos do autor).

As duas representam no palco, procurando agir e reagir conforme o esperado delas. Não é suficiente indagar a autenticidade das interações. Elas lançam mão de "técnicas verdadeiras", nos termos do sociólogo canadense, para representarem a si mesmas no palco.

Ademais, a exposição de Claudia Raia, implícita em seu contrato de trabalho, fornece padrões de comportamento aos consumidores dos programas (cf. ALMEIDA, 2002). Agir tal

<sup>&</sup>lt;sup>100</sup> Ainda que a atriz não tenha sido entrevistada na pesquisa ora apresentada, esta interpretação é pertinente, como se vê pelo conteúdo dessas emissões e o das grades de programação de outras emissoras. Torres também ressalta essa função para o programa de Fausto Silva (2004). Em *Márcia*, por exemplo, a apresentadora Adriane Galisteu participou do quadro *O que você nunca DISSE para...*, cujo intuito era, entre outros, divulgar uma entrevista exclusiva com o cantor Roberto Carlos. Seu programa iria ao ar algumas horas depois do de Márcia. O jornalista Marcelo Rezende também foi entrevistado no mesmo quadro: nesta ocasião promovia-se a estreia de *Tribunal na TV*, seu novo programa na Bandeirantes. Essas menções ilustram a estratégia de propaganda de outras produções da emissora feita no interior de uma emissão.

qual a atriz – falar de sua vida depois da separação, como no exemplo citado –, aproxima a pessoa comum, do mundo das celebridades. Faz com que, em alguma medida, ela se sinta pertencente a esse universo, mesmo que momentaneamente.

# 3 "Garotas de programa": produção do auditório e do palco

Isso é legal você colocar no seu trabalho: tem gente – na nossa própria família mesmo – que diz que isso é coisa de vagabundo. Não vê que a gente vai quando está à toa. Porque eu trabalho, ela [Raimunda] trabalha, a Neide trabalha. Mas isso eles não veem! A gente está o tempo todo, mas o tempo todo que é livre para a gente. A gente trabalha, corre atrás das nossas coisas, normal (JÉSSICA, entrevista, 25/1/2011).

As emissões televisivas do SBT e Band são o resultado de uma multifacetada cadeia de produção, na qual estão inseridos, de um lado, profissionais com formação no Ensino Superior e também de nível técnico (por exemplo, produtores e operadores de câmera, respectivamente), contratados formalmente por essas empresas, e, de outro, profissionais informais, sem uma formação escolar específica requerida. A divisão social do trabalho para a produção dos programas vai, portanto, da emissora para fora dela, abarcando funções, engajamentos e remunerações diferentes.

Parte dessa engrenagem é invisível aos olhos dos telespectadores: trata-se das "garotas de programa". <sup>101</sup> Tomou-se de empréstimo essa expressão para nomearem-se, no âmbito desta pesquisa, as pessoas (geralmente mulheres) que não possuem um vínculo empregatício formal com a indústria cultural, porém são fundamentais para o seu funcionamento. O trocadilho é eloquente por aludir às condições precárias do trabalho realizado – assim como, em alguma medida, aquele realizado pelas "profissionais do sexo" –, ao preconceito sofrido por elas ao

\_

<sup>&</sup>lt;sup>101</sup> Trocadilho mencionado pela entrevistada Joana para se referir, com humor, ao vínculo estabelecido com as emissoras. Ela as frequenta como integrante da plateia há vinte anos e é caravanista há quinze (entrevista, 23/3/2011). Essa mesma expressão foi usada por outra entrevistada, Neide, ao se lembrar do modo como seus irmãos a apresentavam aos amigos: "minha irmã é uma garota de programa". Eles se aproveitavam do mal entendido causado pela expressão para, depois do constrangimento provocado, explicar jocosamente que a irmã fazia parte de uma caravana e ia com assiduidade a programas de auditório. Ela era uma "garota de programa", mas *de televisão* (entrevista, 25/1/2011).

frequentar as emissoras ("na nossa própria família mesmo"), desempenhando diferentes funções, e, ainda, à exploração sofrida, devida não apenas à baixa (ou injusta) remuneração por suas atividades, mas também por sua posição extremamente desvalorizada socialmente – apesar de útil –, na cadeia produtiva da emissão de TV. Como sublinha a entrevistada citada na epígrafe, que costuma frequentar plateias, o que elas fazem "não é coisa de vagabundo" (ou de "vagabunda", para continuar na chave do trocadilho); ao contrário, trata-se de um trabalho realizado no tempo livre.

Desse modo, são enfocadas, neste capítulo, aquelas atividades desempenhadas por pessoas que constam informalmente do organograma da emissora. Como será mostrado a seguir, dessa cadeia de produção integram "caravanista", "ajudante de caravanista", "contato da caravanista" e "participantes do auditório" (também chamadas aqui de integrantes da caravana) – todas elas profissionais que auxiliam na produção da plateia ou "fazem a plateia" –, bem como "contatos" e "contato da contato" – profissionais envolvidos com a produção do palco. Todos esses termos são classificações nativas, cuja vigência simbólica e prática são elaboradas a cada situação social, por isso uma mesma pessoa pode desempenhar mais de uma função (ser contato e integrar uma caravana, como será visto), ou duas pessoas podem ter recompensas distintas para a mesma atividade. Por exemplo, ao participar do auditório, uma pessoa pode se sentir gratificada por contribuir com um comentário, julgando que cumpriu de maneira satisfatória o seu papel de participante, enquanto outra se sente satisfeita ao ganhar um prêmio do programa, conforme discutido adiante.

## Preâmbulo: construção de referências

Antony John Soprano é o personagem principal de uma série estadunidense que narra o cotidiano desse mafioso ítalo-americano, mostrando a imbricação de diversas esferas da vida social: a família, o círculo de amizades, o trabalho, a saúde, a religião, a justiça. <sup>102</sup> Tony, interpretado por James Gandolfini, é um mafioso – casado, pai de dois filhos –, que começa a ter ataques de ansiedade quando a organização dos grupos mafiosos na qual está inserido se altera. É nesse contexto que ele busca ajuda médica e decide fazer terapia. Essas esferas,

<sup>&</sup>lt;sup>102</sup> Família Soprano (The Sopranos) foi criada por David Chase, produzida e veiculada pela HBO, entre 1999 e 2007. No Brasil foi exibida pelo SBT.

inseparáveis e interdependentes na vida social, aparecem interligadas também nos episódios. As tramas abordam sua ascensão no comando da máfia em Nova Jersey, no início dos anos 2000, as intrigas para manter-se, os rompimentos e as alianças advindas dessa posição; sua relação familiar e com amigos – a filha prepara-se para deixar a casa e ingressar na universidade, o filho adolescente descobre que o pai não trabalha no ramo da coleta de lixo reciclado, a esposa católica lhe dá suporte emocional, porém deseja mudanças para a vida da família diante das investigações e prisões realizadas pela polícia e prefeitura da cidade, as amantes que tencionam a relação conjugal, sua mãe autoritária e pouco afetiva, que morava sozinha, passa a viver num asilo de luxo, a irmã volta à cidade depois de anos de afastamento e tenta viver à custa dos rendimentos da família, o tio mafioso disputa com ele a liderança da organização, o sobrinho hesita entre a carreira na máfia e ser roteirista em Hollywood, um amigo judeu de longa data, que fora próximo ao seu pai, aconselha-o nas disputas pelo poder, o amigo de infância que resiste em misturar as atividades de seu restaurante à dos mafiosos, entre outras personagens -; o tratamento psicoterapêutico realizado por uma psiquiatra, o consumo de medicamentos e as sessões de terapia.

Em seu ensaio a respeito de Mozart, Norbert Elias ensina que "não devemos nos iludir julgando o significado, ou a falta de significado, da vida de alguém, segundo o padrão que aplicamos a nossa própria vida" (1995, p. 10). O autor convida, assim, a um exercício de reflexividade:

> Para se compreender alguém, é preciso conhecer os anseios primordiais que este deseja satisfazer. A vida faz sentido ou não para as pessoas, dependendo da medida em que elas conseguem realizar tais aspirações. Mas os anseios não estão definidos antes de todas as experiências. Desde os primeiros anos de vida, os desejos vão evoluindo, através do convívio com outras pessoas, e vão sendo definidos, gradualmente, ao longo dos anos, na forma determinada pelo curso da vida (1995, p.

Na série, uma tentativa de análise reflexiva, ainda que numa chave mais psicológica e individual, é empreendida pelo mafioso Tony nas sessões de terapia, estimulado por sua psiguiatra. Ela o aproxima de seus anseios e aspirações. No trecho citado, Elias ressalta o aspecto social e histórico das experiências que configuram tais sentimentos. Para se compreenderem as posições e as tomadas de posições de Tony nas diferentes esferas da vida social, seria necessário que fossem consideradas a ascendência italiana, a atividade mafiosa e sua posição no interior da família, por exemplo.

<sup>103</sup> Devo a lembrança dessa passagem ao artigo ainda não publicado de Gustavo Rossi, "Uma família de cultura: Édison Carneiro e os Souza Carneiro na Salvador de inícios do século XX", discutido em um encontro do Grupo Temático "Formação do campo intelectual e da indústria cultural no Brasil contemporâneo", organizado pelo Prof. Dr. Sergio Miceli, em maio de 2011.

A reflexividade sugerida por Elias inspirou a análise de outro produto televisivo: os programas de auditório com psicólogos no palco, de onde esses profissionais comentam os casos narrados pelos convidados. A maneira como o personagem Tony Soprano foi construído na série – evidenciando a imbricação entre suas ações e o contexto social no qual foi e está inserido – serviu de mote para a reflexão aqui realizada, no que diz respeito às pessoas envolvidas com a produção dos programas brasileiros.

Neste capítulo, a cadeia de produção do auditório e do palco na televisão será focalizada assim como "garotas de programa" implicadas nessa cadeia: caravanista (organiza as caravanas, recrutando e mobilizando as pessoas para as gravações); ajudante da caravanista (geralmente uma amiga, que acompanha cotidianamente as atividades da caravana, podendo substituir a caravanista em algumas situações); contato da caravanista (intermediária que auxilia a encontrar integrantes para a caravana); participantes do auditório (as integrantes da caravana; os jovens que vão às gravações por meio de agências, chamados de "meninas e meninos de agência"; os convidados da plateia, pessoas que procuram individualmente a produção e solicitam participar); contatos (intermediárias entre a equipe de produção e as pessoas que desejam ir para o palco); contato da contato (intermediária entre possíveis convidados do palco e uma contato). Já foi visto que essas atividades não são excludentes, podendo uma mesma pessoa acumular algumas dessas funções.

A trama de relações suscitada e mobilizada por essa cadeia de produção na televisão lembra as relações tecidas no interior da família mafiosa. Não se compara aqui a violência ou o caráter ilícito das atividades mafiosas tratadas na série, com essa cadeia de produção; a intenção é a de apenas ressaltar alguns aspectos que marcam a ambas. Um deles é o comprometimento que as duas atividades exigem de seus membros: embora não haja vínculos formalizados entre eles (como no interior de uma empresa), ou um organograma com as atividades a serem desempenhadas, as "garotas" sabem de que maneira devem atuar, desde a caravanista até a contato da contato. Elas sabem o que é esperado delas, têm conhecimento de quais atividades deverão cumprir, quais as sanções existentes caso não as realizam e, por outro lado, qual o prestígio desfrutado se tais atividades forem realizadas. Outro aspecto é a hierarquia, ou seja, a estrutura de produção hierarquizada: mesmo informalmente, cada membro sabe a quem deve se remeter e quais são os seus subordinados.

A análise de Elias a respeito da Sociedade de Corte destaca características das relações tecidas no interior daquela configuração social que iluminam algumas das encontradas nas

atividades desempenhadas por essas senhoras. 104 Essas características são assinaladas nos próximos itens do capítulo, ainda que de maneira fugidia, quando se tenta recuperar algumas situações sociais vividas por essas senhoras na produção dos programas. As significações para o prestígio obtido, ou para hierarquia de uma relação, são entendidas a partir da situação referida.

#### Sobre as caravanas e as caravanistas

[...] o auditório não é assim tão fácil. Para a pessoa que vai ao auditório, não é tão fácil participar. Para muita gente é muito sacrificante ir. Enfrenta bastante dificuldade para ir. Você vê lá o auditório alegre, feliz, você não sabe o que se passou antes para chegar até lá (CARLA, ao final da entrevista, 2/2/2011).

Agora a Bandeirantes está fornecendo ônibus, porque antes era van e era aquele aperto danado. Por isso o SBT sempre foi melhor. Ônibus... [...] Lanche, o lanche é muito bom. N'A Praça [é Nossa] tem lanche na entrada e na saída, é muito bom. E paga para gente. O Silvio Santos dá prêmios para nós. Isso você sabe, Silvio Santos é Silvio Santos, não precisa falar! (RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

A presença da plateia é fundamental para um programa de auditório e, portanto, a mobilização e a coordenação de caravanas é parte do trabalho cotidiano da produção. As caravanas circulam por programas e emissoras diferentes, com grupos que seguem o número de pessoas e o perfil pedidos, no horário combinado.

De acordo com uma entrevistada que frequentava *Márcia*, "todo bairro tem a sua [caravana]". Em certo sentido ela tem razão: as caravanas estão vinculadas a um território. Elas reúnem moradores de um mesmo bairro ou bairros adjacentes, inclusive a própria caravanista. São pessoas vizinhas que são mobilizadas — pela caravanista — para ir às gravações, com o transporte fornecido pela emissora (ônibus ou vans), dependendo do tamanho do grupo solicitado.

<sup>&</sup>lt;sup>104</sup> Ver especialmente o capítulo: "Etiqueta e cerimonial; comportamento e mentalidade dos homens como funções da estrutura de poder de sua sociedade" (cf. ELIAS, 2001, p. 97-131).

Vocês não têm caravanista aqui?

Não, e eu já lutei bastante para ser caravanista. Acho que alguém corta alguma coisa, porque eu não consigo, elas falam que têm caravanista perto, que tem que fazer sacrifício para conseguir ir. Então, fica nessas (CARLA, entrevista, 2/2/2011).

No bairro dessa entrevistada, que frequenta auditórios há quase vinte anos, não há uma caravana e, para participar, ela precisa se deslocar por conta própria ao bairro vizinho. Cada caravanista, ou uma dupla (a caravanista e sua ajudante), é responsável por uma região; há, geralmente, resistência, quando uma integrante de caravana quer organizar seu próprio grupo. Tanto as emissoras quanto as outras caravanistas resistem, porque as primeiras receiam a baixa adesão, consequentemente, o desfalque para a composição do auditório; já as segundas receiam a concorrência e, por isso, receiam ter mais dificuldade para reunir o número de pessoas pedido.

Para ser caravanista, é preciso que uma emissora aprove o trabalho realizado. Uma entrevistada que almejava essa função falou a respeito de um teste a que ela e sua amiga (ambas na faixa dos 55 anos, com filhos, e sem um emprego formal com carteira, naquele momento) submeteram-se, e não foram aceitas.

Eu estou atrás de ser caravanista, eu queria ser caravanista. Mas é uma responsabilidade mesmo. É muito trabalhoso. Procurar as meninas, ter as meninas. Se elas não vão, você se ferra. Então, na Rede TV! a gente ia... eu não te falei? Eu e a Carla íamos entrar. A mulher ligou para nós. Ela ficou sabendo que a gente se inscreveu. Ela falou 'vou fazer um teste com vocês, quero que me tragam meninas de treze a dezessete. E ela queria só vinte. Você pensa que nós conseguimos? Nossa! A gente não conseguiu nessa idade: eles estão estudando, os pais não deixam, o máximo que a gente conseguiu foi quinze ou dezesseis. Olha como eles são? Eles fazem teste. E aí a gente não foi. Mas, se a gente tivesse levado, a gente estaria levando pessoal até hoje. É assim que elas fazem com a gente... (NEIDE, entrevista, 25/1/2011).

Há vinte e seis anos – quando Dona Ivete começou – tornar-se uma caravanista, segundo seu relato, parecia ser uma questão de vontade – um processo em nada institucionalizado. De um telefone público "que fazia chamadas sem fichas", ligou durante um dia inteiro para a emissora de Silvio Santos, até conseguir seu primeiro trabalho lá: levar um grupo de crianças. Diz ela:

Hoje as crianças estão todas casadas, com filhos. [...] fui ligando, ligando, mas demorou. Hoje eu já ligo direto. Naquela época era difícil, mas eu consegui levar as crianças. [...]

A senhora conhecia alguma caravana?

Não, nem sabia. Eu já tinha ido ao programa do Silvio quando era na Globo. Eu era solteira ainda, tinha 15 anos. Fui uma vez e nunca mais tinha voltado. [...] Em 1990, comecei a levar adultos. Antigamente não tinha um dia [para ligarem], era o dia em que eles precisavam e a gente ia. Ainda continua assim, mas, agora – comecei com criança e estou terminando com senhorinhas – eles me ligam toda sexta-feira para eu sair da minha casa [na terça] meio-dia e meia, com 40 pessoas. Agora sou fixa na *Praça*: toda terça eu vou e levo (DONA IVETE, entrevista, 8/4/2011).

A trajetória desta caravanista evidencia uma maior rotinização desse trabalho ao longo do tempo, como a vinculação entre uma caravanista e certo programa e dias determinados para a gravação. Em sua fala, nem sempre foi assim. No entanto, trata-se de um vínculo frágil, baseado em relações pessoais, que a todo o momento pode ser rompido. Com qualquer falha, a caravanista pode ser posta de lado e ter tanto seus rendimentos quanto seu prestígio diminuídos, donde seu esforço para ela e seu grupo cumprirem as demandas.

Se a relação entre a caravanista e a emissora é marcada pela fragilidade e pessoalidade, o vínculo entre ela e sua ajudante também. A relação de Dona Ivete com sua ajudante ilustra essa relação, bem como a hierarquia das posições ocupadas. Joana tornou-se ela própria caravanista, há quinze anos, depois de já integrar o grupo de Dona Ivete por cinco. O convite da emissora apareceu depois que dois funcionários se desentenderam: um era responsável por distribuir os programas entre as caravanistas e o outro, diretor do programa da Hebe Camargo. Consequentemente, pela natureza pessoal dessas relações, as caravanistas que se relacionavam com o distribuidor também deixaram de fazer a plateia desse programa. Foi então que Joana, já conhecida da emissora e da nova pessoa responsável pela distribuição da plateia de Hebe, foi convidada para trazer um grupo.

Ao passar de ajudante para caravanista, Joana ascendeu na hierarquia: além de ter mais responsabilidade, pois tinha um grupo próprio que ela deveria arregimentar a cada gravação, sua remuneração aumentou relativamente; passou a receber diretamente da emissora (e não mais por via da caravanista). Ela, entretanto, não deixou de ajudar Dona Ivete nas outras emissões (do SBT e de outras emissoras). Somente quando a antiga caravanista decidiu diminuir o ritmo de suas atividades é que Joana "herdou" algumas de suas plateias. Há oito anos, ela é uma das caravanistas que compõem os auditórios do SBT e Dona Ivete faz, exclusivamente, a plateia de *A Praça é Nossa*, além de alguns auditórios em outras emissoras e passeios. <sup>105</sup> Mesmo sendo vizinhas e dividindo o mesmo grupo, elas se especializaram em

Além dos estúdios de televisão, sua caravana também excursiona para o santuário de Nossa Senhora Aparecida, em Aparecida do Norte, à Igreja Nossa Senhora Desatadora de Nós, em Campinas, e à praia. Nota-se que é um grupo de católicas que apreciam viajar para visitar igrejas.

perfis diferentes: Dona Ivete leva, sobretudo, "senhorinhas" e Joana, um público mais jovem. 107

Esses grupos existem desde o início da história da televisão no Brasil, ou melhor, desde antes, quando eram feitos os programas de auditório veiculados pela rádio. Hoje, conforme a caravanista Joana, existiriam cerca de 400 grupos vinculados ao SBT. As caravanistas, como já dito, têm uma relação informal com as emissoras. De algumas recebem um "cachê", um lanche para o grupo e o transporte gratuitamente; já outras emissoras fornecem o ônibus e um lanche, sendo o valor de seu trabalho repassado para o grupo. Somente a TV Cultura – diferentemente das outras, é uma emissora pública – não fornece nenhuma dessas retribuições à participação, com exceção do transporte para o programa do Rolando Boldrin. <sup>108</sup>

Para compensar o trabalho despendido, algumas caravanistas cobram do grupo uma espécie de ingresso. A cobrança pela participação no auditório parece ter variado ao longo do tempo, de acordo com as emissoras e suas "garotas de programa". Atualmente, ao SBT e à Band, as integrantes da caravana não pagam para ir, uma vez que as caravanistas, além de receberem o transporte, ganham "cachê" das duas emissoras pelo trabalho de composição do auditório. 109 Já para ir a outras plateias, sim, as integrantes pagam, como da Globo (em São Paulo, o "ingresso" é de R\$ 20, e, no Rio de Janeiro, R\$ 40), da Record (o "ingresso" é uma ajuda de custo, dois ou três reais cobrados de cada integrante há alguns anos; já para ir ao *Programa do Gugu*, a caravanista cobra dez ou quinze reias e ele é pré-requisito para algumas jovens integrantes irem ao do Rodrigo Faro, também pago) e da Rede TV! (especialmente ao *Pânico na TV* desembolsam entre vinte e trinta reais, uma vez que é o único programa que não fornece ônibus na emissora, tampouco o "cachê"). Esses valores, no entanto, variaram nos

\_

Destaca-se outro código de classificação nativo, as "senhorinhas", para se referir às senhoras de mais idade que fazem parte das caravanas.

<sup>&</sup>lt;sup>107</sup> Essa rotina se altera somente quando elas fazem "socorro", ou seja, quando uma caravana "cai" (por alguma razão não consegue chegar à emissora ou está desfalcada) e Dona Ivete ou Joana é acionada. Em pouco tempo, de um dia para o outro, ou "em trinta minutos", deve-se mobilizar um grupo. Quando o "socorro" acontece, integrantes da caravana – aquelas que prestam esse tipo de ajuda à sua caravanista – são acionadas. A pressão para "fazer a plateia" também recai, portanto, sobre elas. Vale dizer também que as caravanistas convidadas a fazer esse serviço são aquelas que moram perto da emissora, por economizar e facilitar no tempo de deslocamento.

<sup>&</sup>lt;sup>108</sup> Para uma análise da história dessa emissora, ver Laurindo Leal Filho, *Atrás das Câmeras* (1988). Apresentada primeiramente como dissertação de Mestrado e depois livro, essa reflexão na forma de uma coletânea de artigos independentes traz a história da emissora pública por meio de uma análise de suas sucessivas crises.

<sup>&</sup>lt;sup>109</sup> Por recrutar, mobilizar, orientar acerca de como se vestir e garantir o bom comportamento antes, durante e depois das gravações, a caravanista é remunerada com um "cachê" de R\$ 250. Esse valor é referente ao pago pelo SBT, o mais alto que elas recebem, no período em que a pesquisa foi realizada.

depoimentos porque fazem referência a períodos diferentes e, também, porque as caravanistas cobram diferentemente, de acordo com a amizade entre ela e a participante.

Jéssica, uma moça de quase trinta anos que participa com sua tia e outras amigas, explicou a remuneração dessas recrutadoras:

Quando vocês vão para Record, Rede TV!, Globo, cobra-se quanto para ir?

É de acordo com a caravanista, porque não é a emissora que cobra delas para levar. A emissora só fornece o ônibus e elas cobram porque têm todo o trabalho de arrumar as pessoas para levar. Então elas cobram de quem vai. Agora a Band e SBT além de fornecer o ônibus, paga para as caravanistas. As outras emissoras é que tem essa diferença (JÉSSICA, entrevista, 25/1/2011).

Segundo frequentadoras antigas, todas as caravanistas cobravam (ainda que um valor simbólico) pela participação em qualquer programa. Pode-se entender que as emissoras não remuneravam (suficientemente) essas pessoas que faziam o recrutamento e, por isso, a plateia era cobrada. Essa situação parece ter mudado por pressão de algumas emissoras, sobretudo do SBT.

[...] na Record todos [os programas são pagos], no SBT não. Na Band agora não. Já tivemos que pagar no SBT três reais na época. Mas não sei se a caravanista cobrava para ficar para ela, porque começaram a falar que se alguma caravanista cobrasse era para denunciar. Daí acabou esse negócio de pagar. Acho que alguém denunciou (CARLA, entrevista, 2/2/2011).

O SBT sempre deu cachê. Eu nunca cobrei nada de ninguém. Bom, no comecinho, cobrava, acho que um real, porque o cachê era dez reais. Dez reais pelo ônibus. Era assim: era só para a gente tomar lanche. O Roque foi quem lutou, diz ele, por um cachê das caravanistas. É o melhor cachê que tem. E eles dão dois lanches, dependendo do programa até mais. Sempre foi assim, desde a Ataliba Leonel (DONA IVETE, entrevista, 8/4/2011). 110

Dona Ivete lembra-se, no último trecho citado, de um momento – anterior à instalação da emissora no Centro de Televisão (CDT) Complexo Anhanguera, em 1996 – em que a remuneração dada pela emissora era apenas para pagar o ônibus. O grupo, embora recebesse lanches, dependendo do tempo passado na emissora, precisava contribuir com a caravanista.

O "cachê" da emissora pago à caravanista é vinculado à qualidade do recrutamento, ou seja, relaciona-se ao número de pessoas solicitado e dentro do perfil pedido: grupos mistos ou majoritariamente femininos; com senhoras de mais idade (as "senhorinhas"), ou jovens, ou, ainda, grupos de faixas etárias diferentes.

A caravanista se refere ao Gonçalo Roque, famoso e antigo funcionário de Silvio Santos, juntos desde a década de 1960, quando o assistente de palco, hoje "diretor de auditório", trabalhava na *TV Paulista - Canal S* (hoje Globo). Há uma entrevista com Roque publicada no site do SBT a respeito da organização das caravanas, na qual destaca a orientação de Silvio Santos para receber bem os quase dois mil participantes em dias de gravação (Disponível em: <a href="http://www.sbt.com.br/noticias/?c=8863">http://www.sbt.com.br/noticias/?c=8863</a>>. Acesso em: 31/10/2012).

Duas participantes das gravações comentam as repreensões recebidas pelas caravanistas quando não atenderam adequadamente às solicitações feitas:

Um dia a Célia levou a gente no Ratinho. E a moça de lá de dentro, que lida com as caravanistas, estava brava com outra caravanista. Estávamos lá e tinha muita senhorinha. Cabelo branco! Aí a moça chamou a atenção da outra caravanista e ela respondeu 'é que eu não achei'. [...] 'Não é *A Praça é Nossa*, que as senhoras vão lá dormir!' [risos]. Os outros dando risada e elas lá dormindo [risos] (NEIDE, entrevista, 25/1/2011).

Num outro programa falaram também 'não é *A Praça é Nossa*' [referindo-se à grande quantidade de senhoras]. No Ratinho também, levaram um monte de menininhas – do tamanho desse meu menino aí [por volta dos 11 anos] – e também falaram 'não é o *Programa da Xuxa*'. Tem que ter uma idade, tem que ser uma coisa certa. Aí levaram aquelas menininhas. E tinha uma era bem magrinha, com um salto deste tamanho, mas você via no rostinho dela – nem peitinho tinha! Falaram 'não é *Programa da Xuxa*, não, gente'. [risos]. Separaram essa turma todinha, aí fica suspenso (RAIMUNDA, entrevista 25/1/2011).

Não "ser *A Praça é Nossa*" ou não "ser *Programa da Xuxa*", significa que as caravanistas não conseguiram atender à demanda. Não deveriam ter levado um grupo com tantas idosas, num caso, ou com tantas crianças, no outro. Como consequência, suspensão de suas atividades.

Uma reportagem realizada acerca da composição dos auditórios mostra que houve uma mudança nos últimos anos: privilegiam-se moças jovens, ou "jovens senhoras", de até 40 anos. Essa mudança é confirmada pelas caravanistas. Elas dão preferência, seguindo a orientação das emissoras, a jovens; essas jovens são, porém, menos disponíveis do que as colegas "senhorinhas", que, em sua maioria, já não possuem um vínculo formal de trabalho, tampouco possuem uma sociabilidade tão intensa. Em outras palavras, as senhoras com mais idade são mais assíduas, quando convidadas para as gravações.

Sobre essa mudança no recrutamento, uma caravanista da Grande São Paulo, que faz plateia de programas do SBT, afirmou: "antigamente a gente podia levar um número de senhoras e hoje já não pode mais. Dependendo do programa, não pode mais. De 33 pessoas, se levar dez não pode. São muitas senhoras". Por outro lado, continua, "tenho umas senhoras de plantão. As senhoras são o meu socorro. Elas falam 'pode ligar'" (JOANA, entrevista, 23/3/2011). Embora sejam menos solicitadas pelos programas, as senhoras são aceitas quando há ausências na plateia e não resta tempo para uma nova seleção. Elas são mobilizadas pouco

.

<sup>&</sup>lt;sup>111</sup> A reportagem "Auditório é balada" aponta para a mudança no perfil das pessoas que compõem as plateias dos programas de auditório. As produções preferem convidar jovens – entre 14 e 20 anos, em relação às "senhorinhas", em sua maioria, donas de casa –, "seja para rejuvenescer a audiência, seja para se beneficiar da energia dos adolescentes", mesmo em programas de que não são o público alvo (DAUROIZ, OESP, 27/3 a 2/4/11, p. 4-5).

tempo antes da gravação e ajudam a preencher a plateia. Dona Marlene, integrante idosa, ajuda no "socorro" da caravanista e, assim, consegue assistir aos programas em que somente moças são solicitadas.

[...] a gente vai a todos. Eu gosto da Márcia, do Silvio, de Netinho, do Raul Gil, eu gosto de tudo! Do Gugu. Agora mudou. Agora é Celso Portiolli. Já fui duas vezes depois que mudou. É difícil, é mais jovem, levam mocinha. É dia de domingo, e tem bastante moça que não trabalha. Está em casa e pode ir. Mas assim mesmo as meninas marcam, às vezes dão o cano, e não vão. Daí ela [a caravanista] liga para a gente de última hora e a gente vai. Se manda. Liga de última hora e a gente vai. É que eu moro perto. E as meninas moram para lá. Ela liga 'se arruma que eu estou passando aí tal hora, fica atrás do sacolão que eu pego a senhora'. Eu me arrumo aqui e fico no sacolão. Ela vem de lá e me pega. Na porta. É rapidinho. Eu e a outra, a Dirce. Ela mora lá em cima, no clube de campo. O filho dela tem moto, ela monta na moto e desce aí. Ela vem também. É rápida também. Não é como essas meninas que se arrumam, se penteiam e aquela demora toda. A gente vestiu a roupa, penteou o cabelo, já está na rua. Já está pronta! É rapidinho (DONA MARLENE, entrevista, 26/2/2011).

Entre "jovens senhoras" e "senhoras", a questão da idade pode ser relativizada, se a mulher consegue se arrumar de acordo com o que é esperado. Referindo-se a uma integrante de seu grupo que é "apresentável", tendo um aspecto de mais moça, a caravanista Joana comenta:

Raimunda é uma senhora, mas não se mostra muito senhora. Ela tem 47 anos. Mas não parece senhora. Outra coisa, ela sabe se arrumar, ela se arruma de um jeito que dá para entrar em qualquer programa. Já há senhoras que não se arrumam (em *A Praça é Nossa* não aparece, mas no Silvio Santos sim). Se [ele] chama [para o palco], está de chinelo de dedo, rasteirinha: não fica bem. Não precisa se arrumar como se fosse para uma festa — no programa da Hebe era assim, a produção era bonita. [...] as senhorinhas não soltam o cabelo, não passam um batom, não ficam apresentáveis (JOANA, entrevista, 23/3/2011).

As diferenças entre jovens (ou "mocinhas"), "jovens senhoras" e "senhoras" (ou "senhorinhas") é evidenciada quando elas são dispostas nas cadeiras do auditório. As mais novas (junto com as "garotas de agência") são dispostas nos lugares com mais visibilidade, enquanto as outras sentam em cadeiras mais afastadas. Os dois trechos a seguir mostram a disposição na plateia segundo o critério da aparência:

Para mim são três lugares: ou ali [num canto], ou no meio – eu fico atrás da Márcia e eu fico aparecendo –, ou eu fico de ladinho, quando a Márcia entra, aparece. Um dia apostei com uma menina e ela me disse 'mas como você sabe?', 'minha filha, *ela põe todo mundo no seu lugar*', não é mesmo? [referindo-se à Florência] (NEIDE, entrevista, 25/1/2011).

Quando ela vai 'olha lá Jéssica sua cadeira' e ela fala, 'mas eu não quero sentar lá na frente'. Na Band, tem a fila de moças e a de senhoras. Às vezes ela [Jéssica] fala, 'vou ficar com vocês', mas quando a gente chega [na plateia], a cadeira dela está vazia (RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

Neide é uma senhora que consegue sentar em cadeiras de maior visibilidade, ou seja, ela é considerada uma senhora com aparência jovem, assim como Raimunda; já Jéssica, por mais que queira sentar-se com suas amigas de mais idade, tem um lugar de destaque guardado por Florência, que organiza a plateia de *Márcia*.

Essa rica construção de um léxico de gênero – das "mocinhas" até as "senhorinhas", das "crianças" até as "meninas" – indica não somente uma diferença etária entre elas, que as faz ocupar lugares diferentes na plateia, como também uma marcação da depreciação social do corpo físico. Trata-se de uma transcrição sutil da decadência (ou ascensão) dessas mulheres: corpos com prestígio relativizado, porque considerados mais ou menos belos, sexualizados e produtivos para o trabalho.

Para que esses profissionais "ponham todo mundo no seu lugar", é preciso que a caravanista traga o grupo conforme lhe foi solicitado. Caso não consiga, o valor do pagamento diminui ou, pior, a pessoa pode ser "posta de lado", "suspensa", em sua atividade. Há, portanto, pressão por parte da caravanista para que as pessoas com as quais se comprometeu não faltem, sejam pontuais, se vistam com roupas adequadas. Acima de tudo, é pedida exclusividade: não se deve frequentar outra caravana. "Acho que elas têm ciúmes que a gente vá com outras caravanistas, ou pensam assim: ah, vai que de repente uma hora eu preciso e elas estão com outra...", diz Jéssica (entrevista, 25/1/2011).

Uma das moedas de troca (e recompensa) da integrante – por respeitar essas regras – é conseguir ir aos programas de que mais gosta. Esse é um dos ganhos mais evidentes. Cumprindo o que lhe foi demandado (assiduidade, pontualidade, apresentação e fidelidade), passa a ser chamada para outros programas feitos pela mesma caravanista, ou seja, consegue barganhar uma cadeira numa plateia de sua preferência. Ademais, e talvez essa seja a condição mais relevante, ela precisa frequentar alguns programas considerados de menor interesse, para, então, ir aos de que mais gosta. Carla narrou, em três momentos diferentes de

<sup>112</sup> A época das entrevistas, o desconto variava entre as emissoras: o SBT descontava do "cachê" cerca de seis reais por ausência para um grupo de 40 pessoas. Já a Record, dez reias.

<sup>113</sup> Vale notar que o custo da apresentação de si mesma cabe à própria integrante da caravana. Ela é responsável por suas roupas, cabelo e maquilagem, ou seja, por ser "apresentável". Em algumas situações, as entrevistadas mencionaram o empréstimo de roupas entre si. Também foi observado, sobretudo na Bandeirantes, a solidariedade entre elas para arrumarem juntas os cabelos e se maquilarem. O auditório do programa do Silvio Santos é uma exceção, já que as participantes são maquiadas e têm seus cabelos arrumados. Essa exceção é justificada por participantes e produtores pelo fato de elas terem maior visibilidade nesse programa. Já em relação aos convidados do palco, tema do próximo capítulo, os produtores podem sugerir mudanças no vestuário, sendo auxiliados pelo contrarregra que empresta peças de roupas as quais, ao final da gravação, são devolvidas. O cabelo e a maquilagem são serviços prestados pela emissora somente aos convidados, sendo um dos atrativos oferecidos a quem conta suas histórias no palco.

sua entrevista, os programas com os quais a caravanista de seu grupo faz e fazia "chantagem": o da Márcia, na Band, e o do Gasparetto, na Rede TV!. 114

Como faz para uma pessoa entrar numa caravana? O que tem que ter?

[risos] elas fazem meio que chantagem. Se você não for à Márcia você não vai ao SBT. [...] No Gugu [Record], você vai – eu nunca fui – acho que você paga 10, 15 reais –; se você for, você vai ao SBT, um programa melhor. Então, é meio que chantagem.

[...]

Quando a gente se falou, lá na Márcia, você ia com bastante frequência? A semana inteira?

Ia, ia. Tinha semana que eu ia duas, três vezes para a gravação. [...]. Quem ia no começo não precisava ir no final. Então, eu sempre podia ir mais no começo. Aí eu ia

Indo para a Márcia, você conseguia ir a outros programas?

Conseguia. Se não fosse para a Márcia, não ia a Praça. Aí eu cansei dessa história, parece criança: se não fizer isso, não ganha doce.

Mas é sempre assim que as caravanas funcionam?

Sempre assim, porque na Márcia ninguém quer ir.

[...]

Para ir para a Rede TV! vocês pagam as caravanistas?

Não, não paga mais, mas já pagamos. Eu fui só uma vez com a Célia e não voltei mais, aqui na marginal. Mas quando era no Alphaville eu ia sempre com a Ivete, porque se não fôssemos ali, não iríamos ao SBT. [risos] Era o programa do Gasparetto. Não sei se você conheceu? Nossa! A gente ia duas ou três vezes por semana ao Gasparetto.

E você gostava?

Não, mas ia.

Mas, se tem que pagar, se não é agradável, se não curte muito o programa, o que faz ter vontade de ir?

É que você quer ir a programas melhores. No SBT, não tem programas ruins ali, então, para ir ao SBT, tinha... (CARLA, entrevista, 2/2/2011).

Por serem programas com pouca procura, a caravanista arma estratégias para conseguir convencer o grupo a acompanhá-la. Desse modo, ela consegue não só circular em diferentes emissoras, como também ter mais rendimentos. Além disso, reforça os laços de solidariedade com o grupo, evidenciando seu poder de coerção. Com essa reciprocidade, é fácil imaginar como "fazer a plateia" de determinado programa é uma construção coletiva tensionada.

Não é sempre que a caravanista tem seu trabalho de recrutamento remunerado com "cachê". Na Band e no SBT, sim; na Record, TV Cultura, Globo e Rede TV!, não. 115 Dessas

<sup>&</sup>lt;sup>114</sup> Luiz Antonio Gasparetto apresentou, entre 2005 e 2008, *Encontro Marcado*, um programa de auditório no qual orientava entrevistados em seus problemas emocionais e espirituais.

emissoras ganham somente o ônibus, por isso cobram das integrantes da caravana. Mesmo pagando as caravanistas, a Band e a Rede TV! são vistas como oferecendo um tratamento ruim (um lanche de má qualidade, distribuído uma única vez no dia, independentemente do número de horas passadas na emissora, uma espera considerada longa entre as gravações, rígidas regras de comportamento, isto é, não se pode sair nos intervalos, nem para ir ao banheiro, fumar ou comer). Dito de outro modo, a classificação entre boas e más emissoras não diz respeito apenas à remuneração da caravanista, mas principalmente ao tratamento dado às participantes, sua recepção e cuidado durante as gravações. Até o tempo de espera do ônibus, ao final da gravação, é lembrado por uma caravanista para afirmar o maior cuidado do SBT em relação às participantes do auditório. Antes de acabar a gravação o ônibus já seria solicitado, evitando que as senhoras esperassem por ele. 116

Além da "chantagem", outra situação vivenciada por uma entrevistada ilustra esse jogo de forças travado cotidianamente entre a caravanista e seu grupo. Nesse caso específico, a integrante da caravana – que fazia as plateias de *Márcia* e *A Praça é Nossa* – iria participar do palco de *Casos de Família*:

Teve uma vez, quando eu fiz *Casos de Família*, que eu não fui à *Márcia*. 'Ivete, na sexta vou gravar Casos de Família'. 'Você vai ficar 15 dias afastada da Praça'. 'Por quê?' 'Porque você vai fazer Casos de Família'. Porque foi a Neide [sua amiga e contato de *Casos*] que arranjou para mim. Depois que eu gravei, liguei para ela, 'Ivete, estou na Praça?', estava indo buscar meu serviço porque eu faço pano de pratos. Ela disse 'vou ver se tem uma vaga', 'se tem uma vaga para mim?', 'engraçado, eu arrumo as pessoas para ir com você e você responde desse jeito? Se for desse jeito, sinto muito, não precisa, eu não quero mais ir para a *Praça*, nem mais programa nenhum com você porque eu tenho com quem ir'. E desliguei o telefone na cara dela (RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

Raimunda sugere que a caravanista, por ciúmes da indicação da amiga, além de não cumprir com a troca de favores, teria excluído sua participação do único programa que remunera regularmente (com R\$ 20) toda a plateia – A Praça é Nossa. Por ganhar o "cachê" de convidada em Casos de Família (e também desfalcar a plateia de Márcia), Raimunda seria afastada de A Praça, consequentemente não teria essa outra remuneração. Ela, por sua vez, não concorda com a sanção imposta pela caravanista, pois a ajudava (sem remuneração financeira) no recrutamento de um tipo difícil de perfil (rapazes), cuja disponibilidade para

Segundo uma caravanista, a Rede TV! remunera, porém o valor é pequeno – "não paga nem telefone" (JOANA, entrevista, 23/3/2011) – sendo necessário cobrar do grupo para "fazer seu cachê".

<sup>&</sup>lt;sup>116</sup> É unânime entre as entrevistadas a opinião de que o melhor tratamento prestado às "garotas de programa" é o do SBT. Diante desse consenso, é forçoso questionar seus motivos. Ao se analisar historicamente a grade de programação, percebe-se a dependência dessa emissora em relação a essas "garotas". Muitas de suas emissões têm e tiveram auditório. Nesse sentido, é esclarecedor o bordão de Silvio Santos ao se referir à sua plateia como suas "colegas de trabalho". Agradeço à Professora Nadya Araújo Guimarães a lembrança dessa frase.

esse programa é pouca. Em outras palavras, dispunha de relativo prestígio e tentou mobilizálo. Sua colaboração foi explicitada no momento do desentendimento: relembrou à caravanista que ela a auxiliava e, portanto, contribuía para a sua remuneração.

Esse jogo de forças também se coloca na relação da caravanista com aquelas que não são apenas integrantes do grupo, mas também contato de um programa. Há uma intensa troca de favores entre caravanista e integrantes – conseguir novos participantes e ser assídua e, em troca, ter permissão para acessar "bons" programas. No entanto, essa troca foi interrompida com uma contato. Diz Neide:

Não vou falar que ela [a caravanista] tenha ciúmes, não vou falar isso. Mas eu não sei... para mim foi uma alegria [tornar-se contato], porque eu sempre quis lidar com as pessoas. Eu sempre gostei. E quando ela soube, ela estranhou. Ela disse 'ah, tá, vou te ajudar'. Até hoje ela nunca me ajudou em nada. É como uma ajuda: porque, por exemplo, estou falando com você, você vê um caso por aí e fala 'ah, vou ligar para a Neide porque tem um caso aqui'. É ajuda. [...] E ela conhece muita gente. Ela é caravanista há mais de vinte anos. [...] Ela conhece muita gente, sei lá. A única que me ajuda é ela [referindo-se outra integrante da caravana]. A gente sempre está junto (NEIDE, entrevista, 25/1/2011).

A solidariedade parece ir de baixo para cima na hierarquia: no caso mencionado, a caravanista não faz indicações a uma integrante do grupo. Esta última, porém, ajuda a arregimentar pessoas para a caravana.

Além de regular a frequência das integrantes, a caravanista preza o bom convívio no grupo, coibindo mexericos e confusões nos trajetos à emissora e ao bairro. Por antever uma briga, suspendeu duas integrantes do grupo. É uma delas quem narra o episódio (a mesma integrante-contato referida acima), sentindo-se punida injustamente:

A mulher [caravanista] não gosta que fiquem falando nada dentro do ônibus. Ela já fala 'não, porque o SBT não gosta'. Nada a ver, mas tudo bem. [...] Por exemplo, se eu falar mal dela aqui [uma amiga]: 'ela, nossa, não sei o quê'. Ela [caravanista] chega para mim e fala 'para com isso, não quero brigas dentro do ônibus'. [...] ninguém pode falar mal de ninguém. [...] Nesse dia, ela pegou e chamou a minha atenção: 'Neide, o que você está falando?', 'nada', 'A outra pessoa estava junto?', 'a gente estava conversando, a Rita estava conversando'. 'Vou ter que cortar você da *Praça*'. Desse jeito! 'Você não se importa?', 'não'. 'Vou cortar você e a outra'. 'Mentira, porque eu sei que a outra já está indo'. [...] o que ela fez? Não sei se ela viu que fez errado, porque ela já me chamou duas vezes e eu não fui. Ela falou 'você quer ir para a *Márcia*?', 'quero', 'então se você for à *Márcia*, na terça você vai à *Praça*', 'mas eu não quero ir à *Praça*, eu quero ir só à *Márcia*'. Aí ela viu que eu não queria ir mais. Desde esse dia, eu não vou mais (NEIDE, entrevista, 25/1/2011).

Uma amiga de Neide – supostamente a que teria sido o alvo da intriga – tentou interceder a seu favor, junto à caravanista. Em sua opinião, ela própria só não foi punida como as outras porque a caravanista depende de sua ajuda – "A Ivete não quis me cortar por quê? Porque ela precisa de rapaz para ir a *Praça* e eu arrumo". Tendo consciência de seu relativo prestígio, neste contexto, pede em favor de sua amiga: "Eu falei 'a Neide quer ir para a

televisão'. 'Ah, não sei o que ela tem porque não me liga'. Eu falei 'do jeito que você cortou, você tem que ligar para chamá-la de volta''' (RAIMUNDA, entrevista 25/1/2011). Com seu poder de barganha, teria chances de trazer a amiga de volta ao grupo.

As entrevistadas também se sentem protegidas pela caravanista diante das condições de trabalho nas emissoras. Os dois casos que seguem aconteceram na Band: no primeiro, a caravanista reclama das instalações físicas durante a espera para a entrada no estúdio; no segundo, intercede por uma integrante do seu grupo que havia "contado a sua vida" para produtores e gravado um depoimento, sem, contudo, ser remunerada para tanto:

Na Band, tem vezes que você chega lá, aquelas caravanas que estão na frente, é muita gente, muita, muita mesmo. As caravanas que estão na frente às vezes são de menininhas jovens, elas ficam sentadas e as senhoras em pé. Teve um dia que falamos – eu, Ivete e Socorro – para a Florência [profissional que organiza a plateia]. Ela pediu cadeiras para os bombeiros. Como ficar lá duas, três horas em pé? Demora a entrar para gravar. E a Ivete não gosta que judie da caravana dela, de jeito nenhum. Ela não quer nem saber 'se é para ficar de pé eu pego as meninas e vou embora! É rapidinho'. A Florência ainda brincou, 'mas eu não libero a perua para ir'. 'Vamos de ônibus!' [risos]. Rapidinho apareceu cadeira para sentar. Ela pediu para as meninas novas levantarem para as senhoras sentarem. Depois os bombeiros começaram a colocar cadeiras e as meninas sentarem. Ninguém aguenta ficar de pé (LOURDES, entrevista, 1/4/2011).

Uma vez eles me pegaram para filmar. [...] A moça veio e ficou conversando 'quem não sei o quê? Quem tal e tal? Eu disse 'ah, eu'. Ela falou, 'você é isso, isso e isso?' 'Sou'. 'Você tem coragem de fazer uma entrevista comigo?' 'Tenho'. Aí me levaram lá em cima – eu nem sabia que na Bandeirantes tinha andar lá em cima – eles fizeram perguntas para mim, trocaram de roupa, eu fui respondendo. O moço 'ah, legal, da hora, espontânea'. Até hoje nunca vi [na televisão], não sei. Eu voltei para lá [local de espera]. E foi a Ivete que me falou 'Neide, quanto você ganhou?' 'Nada'. 'Não! Tem que ganhar! Vai se expor para nada?' Ela falou com o moço e ele me pagou trinta reais. Até hoje nunca apareceu [na televisão]. [...] Eu fiquei sentada e contando da minha vida. Eu acho que eles resolveram não passar. Foi muita gente que gravou. [...] Ele falou que estavam programando, vai sair o programa *Decisões da Vida*, da *Márcia*, e não tinha entrado ainda. 'É uma entrevista que a gente faz sobre a [nossa] história'. Eu falei 'legal' e fui contando. Mas estou vendo que está passando *Decisões* e nunca passou o pessoal falando. Acho que não deu certo. Por isso que não foi ao ar (NEIDE, entrevista, 25/1/2011).

A relação entre a caravanista e seu grupo é ambígua: ao mesmo tempo em que, em certas ocasiões, ela protege, intercedendo junto à emissora, em outras, utiliza a disposição e a confiança que o grupo deposita nela. Um longo trecho, retirado da entrevista com a senhora mais idosa da caravana pesquisada – com 71 anos –, evidencia, para alguém não implicado nessa lógica de sociabilidade, a falta de consciência da entrevistada a respeito do uso de sua força de trabalho. Em outros termos, de sua exploração. Dona Marlene – uma senhora nascida no Estado de São Paulo, numa cidade a menos de 200 km da capital, analfabeta, viúva por duas vezes e mãe de oito filhos adultos –, relatava as saídas que fazia com o grupo da caravana, além das emissoras. Para ela, essas saídas eram consideradas passeios, na medida

em que eram atividades de lazer. Entre visitas a igrejas e idas ao litoral sul, participou da gravação do CD de uma jovem cantora. Segundo Dona Marlene:

Esses dias a gente foi ajudar uma menina a fazer um... ai, como é que chama? Lá no... Fomos esses dias. Lá na... não estou lembrando o lugar. É... esqueci o lugar. A gente foi gravar com uma menina – a Patrícia. Lá em... esqueci o lugar...

Como é que é? Ela é cantora?

Ela é cantora. A gente foi em nove pessoas, duas vans. Nós fomos para cantar com ela e ela poder gravar esse DVD dela. Esqueci a cidade que a gente foi. É para lá da estrada de Santos.

São Vicente?

Não, filha. Esqueci...

A senhora foi para a praia?

É quase na praia que a gente foi gravar. Num condomínio que tem para aquelas bandas, só de gravação. Não me lembro do lugar.

E como a senhora conseguiu?

Chamou a Ivete. E a Ivete levou a gente. E o homem de lá parece que vai chamar a Ivete para levar a gente de novo para um interiorzão. Não sei para onde.

Para gravar?

Para gravar. Ele falou que vai precisar de duzentas pessoas. Daí ele pegou o telefone, o celular da Ivete. Vamos ver o que vai dar.

E a senhora tem vontade de ir?

E eu estou dentro! E eu estou dentro!

E essa moça que canta – a Patrícia – é de alguma emissora? Ou não?

Ah, eu acho que ela não tem emissora não. Sei lá. Ainda não entendi. Fomos uma vez só e eu ainda não entendi. Ela é novinha, tem treze anos. Está começando a cantar. Eu tenho a música dela aí, que ela cantou e a gente cantou com ela. Cinco vezes a mesma música. Cinco vezes. Vou pegar para você ver. Cinco vezes. [Traz as folhas com as letras impressas] Cinco vezes cada folha dessa, para gravar. [...]

E vocês foram para um estúdio?

Foi. Um estúdio.

E a senhora sabe cantar bem?

Tinha que acompanhar. E eu não sei ler. [risos] Primeiro passa a primeira música para a gente ouvir. Depois passa e a gente lê. Eu fingindo que estava lendo [risos] – e acompanhei, viu? Acompanhei e fui embora.

E pagaram vocês?

Acho que para a Ivete pagam, por nos levar. Deram um lanche para tomarmos: refrigerante, pizza, não, esfiha aberta, uma caixa, para a gente comer à vontade. Estava bom!

Foi legal?

Foi legal, gostei!

E a Patrícia falou quando vai lançar o CD, ela vai mostrar?

Para nós não falou não. Talvez tenha falado para a Ivete, porque ela ficou mais tempo lá. Fomos para a van e ela ficou mais tempo. Muito bonitinha a menina.

E novinha, né?

Novinha. Treze anos. E muito legal com a gente, viu? Muito dada com o povo (DONA MARLENE, entrevista, 26/2/2011).

Dona Marlene não sabia aonde foi levada, nem a cidade – "para lá da estrada de Santos" –, nem o local da gravação – "num condomínio que tem para aquelas bandas, só de gravação". Ela e mais outras oito pessoas cantaram com a estreante Patrícia, uma jovem "novinha", "muito bonitinha" e "muito legal [...], muito dada com o povo". Embora tenham cantado repetidas vezes, gravado, Dona Marlene e o grupo não foram remunerados financeiramente. Ganharam um lanche o qual puderam comer "à vontade": refrigerante e uma caixa de esfihas abertas (que ela confundiu com pizza). Por outro lado, a caravanista é quem faz a mediação e, aos olhos da entrevistada, talvez ela tivesse recebido por esse trabalho ("acho que para a Ivete pagam, por nos levar"), bem como organizasse outro, ainda maior ("E o homem de lá parece que vai chamar a Ivete para levar a gente de novo para um interiorzão. [...] Ele falou que vai precisar de duzentas pessoas. Daí ele pegou o telefone, o celular da Ivete. Vamos ver o que vai dar").

As expectativas de Dona Marlene e da caravanista são diferentes: enquanto a primeira considera essa atividade um passeio, um divertimento que, mesmo sem saber ler a letra da música, ela pode acompanhar; a segunda a considera um trabalho que deve ser remunerado. Reunir o grupo e deslocá-lo, para ela, são atividades financeiramente remuneradas. Passear por caminhos que desconhece, cantar num estúdio e ser bem tratada pela menina "dada com o povo", saborear esfihas e refrigerante, constituem partes de uma atividade de lazer – que por si sós já parecem recompensar o tempo e a força de trabalho despendidos.<sup>117</sup>

Dona Marlene e suas amigas parecem não atinar para o que será feito posteriormente com o registro de sua voz, ou mesmo com suas imagens na televisão, que irão compor um bem cultural e, em alguma medida, serão rentabilizados pelas emissoras ou gravadoras. Há uma cadeia de produção e de profissionais por trás desses bens da indústria cultual, da qual as integrantes de caravanas são somente uma parte.

A coesão do grupo nas caravanas é outro aspecto a ser mencionado: há um forte comprometimento e uma ajuda quase compulsória de algumas das integrantes. O que faz com que uma senhora saía, apressada, de sua casa, quando já dormia, para ir a uma gravação? Mesmo quando já avisara que não iria à sua caravana? Para quem não pertence ao grupo,

<sup>&</sup>lt;sup>117</sup> Inspirando-se num dos sentidos que Nathalie Heinich (2011) destaca em sua reflexão de acerca do "consumo de celebridades", qual seja, a de um modo de engajamento social, pode-se considerar a participação no cotidiano de uma caravana também como uma maneira de pertencimento, de engajamento a uma atividade, de criação e manutenção de vínculos com pares. Assim, numa interpretação possível do cantar ou bater palmas, dizendo brevemente as atividades realizadas por essas senhoras, estaria a ideia de pertencimento. Volta-se a esse tema no final do capítulo.

parece estar em jogo somente uma forte obrigação tanto de encontrar participantes quanto de acompanhá-lo. O que se ganha com esse envolvimento? É uma troca de favores entre caravanista e integrante até se obter o quê?

Teve um dia que a minha menina ia e depois desistiu — 'ah mãe, não vou não'. Eu liguei para a caravanista [a Joana] dizendo que ela não iria e dormi. Fiquei sonhando que a caravanista me dizia 'Raimunda, adula a Shirlei para ela ir!' Acordei e dormi de novo. Dormi porque achei que não iria para lugar nenhum. Quando acordei, meu celular tocando: 'é a Joana, estou aqui no ponto, você não pode ir para o *Domingo Legal*, o Celso Portiolli?', 'a Jéssica está aqui. O que eu vou fazer Joana?'. Acabou a força, não tomamos banho, molhei os cabelos — porque olha os meus cabelos — joguei um creme. 'Jéssica, você vai!', 'ah, não vou não.', 'vai sim', [risos] 'cadê a minha roupa?' 'Veste a minha, tem uma legging, veste qualquer coisa!'. Ela se trocou dentro do ônibus, eu também acabei de me arrumar dentro do ônibus. Saímos de chinelo, pus a sandália numa sacola, e fomos embora! (RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

Essa entrevistada foi acordada pela caravanista e, rapidamente, arrumou-se para integrar o grupo – substituindo, assim, a filha que não iria. Ainda conseguiu convencer a sobrinha que estava em sua casa. Em outro momento da entrevista, Raimunda afirma que ficou incomodada com o fato de sair sem se arrumar adequadamente, e não com o convite inesperado.

Eu falo para ela [caravanista] 'diga qual o dia, você me avisa, por que eu vou me organizar um pouquinho melhor para poder, na hora que você ligar, eu já estar com uma roupinha um pouco melhor'. Você fica com dúvida, e vai de qualquer jeito? É chato se apresentar na televisão de qualquer jeito. Mas naquele dia foi um barato... [risos] (RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

Trata-se de uma relação que a todo o momento é reforçada pelas trocas de favores e pela explicitação de comprometimento. Prestar um favor e ser reconhecida por ele traz prestígio na relação com a caravanista e com o restante do grupo, prestígio este que pode ser trocado por mais convites a "bons" programas. Amiga de Raimunda, que se anuncia como alguém "que procura pessoas" para caravanistas, lembra-se de uma peripécia trabalhosa para conseguir quatro participantes de última hora. Diz Neide,

Tem horas, não, muitas vezes, elas ligam e 'eu quero quatro pessoas para meia hora. Meia hora'. [...] teve uma vez que eu saí às dez horas da noite, ainda sai com meu marido, ele morava comigo e ele foi junto. [...] 'Você é louca?' 'não, eu gosto delas, elas são legais'. Eu saí para Célia. Fui lá à favela, buscar umas três, que elas não tinham telefone. Fui lá 'filha você quer ir?', 'quero sim'. Eu - eu - tirei da minha roupa, e dei para elas vestirem porque elas não tinham. Era para ir para o Silvio Santos. Dei sandália – até hoje não me devolveu!? – emprestei sapato, roupa, sutiã, para elas irem. [...] o Silvio é às seis da manhã [no domingo]. Ela me ligou dez horas da noite [do sábado] para eu arrumar àquela hora? '[...] Quando é no outro dia, que é cinco e meia da manhã, eu tenho que ir lá com as meninas. E se elas não forem? A Célia, não quer saber, ela briga com a gente. Ela chama a atenção. Você está entendendo? Você não está ganhando nada, mas elas nem para falar 'poxa, obrigada, mesmo se elas não vierem'. [...] Das quatro só vieram três. [...] Levei-as lá e a Célia 'ai, Neide só vieram três? Então, você vai ter que ir!'. Eu falei que não queria ir. 'Ah, por favor, você disse que iriam quatro'. 'Não deu certo, Célia'. O que foi que eu fiz? Fui. Deixei todas as minhas coisas. Quando eu cheguei, minha filha, meu

marido estava um bicho. 'Você nem me avisou que iria!'. Eu tive que ir só para agradar a mulher! Você acha? (NEIDE, entrevista, 25/1/2011).

Ela foi procurá-las pessoalmente, à noite, na "favela", emprestou roupas e sapatos, levou-as até a caravana no dia seguinte cedo e, ainda, foi junto à gravação, deixando sua família num domingo – para cumprir o combinado de levar quatro pessoas. E, assim, reforçar sua posição de integrante e contato da caravana, aumentando seu prestígio junto à caravanista. Esse comprometimento parece ser ainda maior para Neide, pois, além de "procurar pessoas", sendo uma contato da caravanista, aspira a essa função. Por isso é importante mostrar-se para sua caravanista e à emissora como alguém que consegue mobilizar pessoas sem medir sacrifícios e, se alguém desistir, ela própria será a substituta. Ou seja, ela cumpre os combinados, é responsável. A posição ocupada por Neide no grupo, e a que visa ocupar parecem diferentes da de sua colega Clara. Quando indagada se precisava ir a programas de que não gostava a fim de participar de seus favoritos, a entrevistada nega: "Comigo ainda não aconteceu *de ter que ir*. Quando eu posso, eu vou, porque eu sei que tem que ajudar também. É difícil pessoas disponíveis para encher uma caravana de quarenta pessoas. Quando eu posso eu vou. Não obrigatoriamente. Não senti isso não" (entrevista, 25/2/2011). Ela também se sente compelida a ajudar, porém o faz apenas se tem disponibilidade.

O compromisso é maior quando a integrante busca outras funções (como de contato da caravanista), ou quando deseja ascender nas atividades relacionadas à emissora (tornando-se ela própria caravanista ou, ainda, contato da produção). Quanto mais próxima à emissora, nessa cadeia de produção do programa, a coerção para realizar as atividades demandadas aumenta. Atender essas demandas é, pois, uma forma de acumular prestígio e, talvez, de ampliar suas funções. Em suma, é uma espiral a ser percorrida: cada gesto ou decisão implicando outros comprometimentos.

Ser contato da caravanista não traz gratificações monetárias, mas sim simbólicas (prestígio), sendo um modo de aproximar-se da caravanista e dos profissionais da emissora, conforme já visto. Ao mostrar-se responsável e assídua, uma integrante pode ser convidada pela emissora a ter sua própria caravana ou a ser contato da produção, o que significa uma remuneração monetária por seus trabalhos.

Além de horas de diversão e lazer, prestígio dentro e fora do grupo (na família e na vizinhança) <sup>118</sup> e "cachês" recebidos em dinheiro, integrar uma caravana enseja ainda outros ganhos. Para uma senhora de 52 anos, caravanista há quinze, seu trabalho lhe proporciona autonomia e independência financeira em relação ao marido: consegue viajar duas ou três

<sup>118</sup> Essa ideia ficará mais clara a seguir.

vezes ao ano, economizando e pagando sozinha suas despesas, e, ainda, ajudar seus três filhos adultos (ainda que estudem e trabalhem). Ela menciona também, como uma vantagem, a flexibilidade que essa atividade possui, pois conseguiu ficar dois meses com o pai doente, na Bahia, e, logo que voltou, foi chamada novamente para levar uma caravana. "Lá dentro, elas gostam do meu trabalho" (JOANA, entrevista, 23/3/2011). Tem, portanto, um bom relacionamento na emissora e, sobretudo, trabalho reconhecido. No trecho da entrevista citada abaixo, vale destacar o peso da responsabilidade assumida pela caravanista ao aceitar levar um grupo – ela coloca seu trabalho como parte dependente de uma atividade maior, no interior da produção do programa. Ela tem consciência de fazer parte de uma cadeia de produção, que, se rompida, pode prejudicar outros envolvidos, funcionários formais da emissora. A entrevistada afirma:

Também não posso ficar assim [parada]. O menino está aqui [seu neto passou a morar em sua casa], eu não vou parar para olhar. Eu era novinha quando comecei com esse negócio de televisão. Duas ou três vezes por semana eu estou na televisão. Quer dizer, se eu parar dentro de casa, eu fico louca, não posso ficar em casa parada. Já me acostumei. Já me habituei com a correria. Se eu parar... nem penso. Minha mãe fica preocupada – ela passou dois meses aqui comigo –, diz que vou ficar doente. 'Você corre demais'. A Rita [sua ajudante] é que sabe do meu jeito. [...] É uma responsabilidade muito grande. Quando é uma van, na Record, Rede TV!, Band, é van [15 pessoas]. Já no SBT, é ônibus. No mínimo 30 pessoas, 35. É uma responsabilidade, então eu tenho que ficar preocupada com isso. Não vou prejudicar só a mim, vou prejudicar lá, o auditório vai ficar vazio? E vai sobrar para quem? Para a chefe que deu, ela trabalha lá para o SBT, é funcionária lá dentro. É uma responsabilidade dela. O auditório é responsabilidade dela. Lá, todo o auditório é de responsabilidade do Roque, mas ele tem o pessoal que trabalha nessa função de passar as caravanas. Ele é chefe delas. Tem que ter gente responsável para fazer isso. Senão, vai prejudicar elas lá, e a pessoa vai ficar sem serviço? Eu penso assim (entrevista, 23/3/2011).

O trabalho realizado lhe assegura tanto tranquilidade material quanto psíquica. Além da remuneração em "cachê" – que lhe permite viajar e ajudar sua família –, o trabalho garantiria algo positivo para sua vida ("se eu parar dentro de casa, eu fico louca", "Já me habituei com a correria. Se eu parar... nem penso"), nem mesmo com o neto morando em sua casa (como ela mesma coloca como um contraponto à sua decisão), pensa em deixar as gravações.

Outra caravanista, mais antiga, afirma que além de levar o grupo às emissoras e de fazer passeios, vende *tapware* e produtos Avon e Natura. <sup>119</sup> Para ela, essas atividades ajudam a manter sua saúde:

Assim mesmo [com essas atividades da caravana] ainda estou com problema de esquecimento. Por causa da diabetes, a gente tem que estar sempre em contato senão fica... Não tem essas pessoas que ficam com mal de Parkinson, com muita depressão? Principalmente quem tem diabetes, dá muita depressão porque fica parado. A mente tem que estar sempre...

A senhora na caravana...

Isso quem me falou foi o médico! (DONA IVETE, entrevista, 8/4/2011).

Uma contato que trabalha há dois anos e meio para o SBT, levando pessoas a *Casos de Família* e *Ratinho*, e também para quadros do Gugu Liberato, na Record, até na Hebe, na Rede TV!, compartilha essa mesma opinião. Diz,

Eu estou vendo televisão e daqui a pouco percebo que é tal hora e que fiquei de ligar para a fulana. Eu não posso mais, eu não vivo mais. E eu gosto dessa vida. O meu colesterol estava alto, meu triglicérides, estava alto, 180, está alto ainda, mas estou tentando baixar, estou fazendo caminhada de manhã, estou comedo menos, evitando fritura, espero a deus que melhore. Esse trabalho, se alguém me tirar ele, eu caio em depressão, porque eu amo fazer, adoro os meus meninos [produtores], o Zé, o Fernando, a Tainá, a Miriam, a Tati, a Ju... são pessoas que eu amo de paixão. Então, não tira isso de mim não. Vou ficar muito triste. Meu marido fala 'você demora muito [para achar os convidados], é melhor você parar'. Só se eu morrer, daí eu saio. Enquanto eu tiver vida, eu vou continuar. Eu estava com meu marido doente no hospital e às vezes eles [produtores] ligavam. Eu tentava ajudar, tentava arrumar, deixava meu marido lá (MARIA, entrevista, 24/8/2011).

Mesmo numa posição diferente das caravanistas, do ponto de vista da função exercida na produção, a contato afirma que seu trabalho tanto a impulsiona, de alguma forma, a cuidar de sua saúde física, quanto psíquica. É também um acesso a relações diferentes daquelas domésticas e familiares, que a fazem sair de casa (deixar de "ver TV") e concorrem com os cuidados dedicados ao marido.

Essa dupla retribuição é mencionada por outras entrevistadas, entre elas Carla. No que se refere à remuneração financeira, comenta:

Você está costurando?

Não estou fazendo nada, agora no calor não consigo fazer nada, mas logo chega o frio e eu começo de novo. É que é assim, até na caravana eu pego bastante encomenda. Quando tem muita coisa para fazer, não dá para eu ir. Eu faço tricô na máquina, blusa, calça, meia, cachecol [...] eu teço calça, blusa, meia-calça, meia, cachecol, toca, roupinha para bebê, eu faço tudo no tricô.

<sup>&</sup>lt;sup>119</sup> Não são todas as integrantes que se sentem à vontade para vender produtos ao grupo. Clara – integrante da caravana há quinze anos, porém vai sem interrupções há dois –, disse que não fica parada, ainda que não tenha um emprego regular remunerado. No momento da entrevista, no início de 2011, fazia sabonetes de glicerina perfumados, que aprendeu na TV e aperfeiçoou com dicas que encontrou na internet. Ela os vendia em seu condomínio (de 1728 unidades), e não na caravana, pois sabia que a própria caravanista vendia produtos de higiene pessoal. Para não competir (e evitar possíveis constrangimentos), oferecia-os a outro público.

E na caravana é contato?

Agora, é capaz de, quando eu for, eu já pegar encomenda porque as pessoas – eu vendo muita meia de lã – já começam a encomendar para o frio. Vou pegar para você ver... (CARLA, entrevista, 2/2/2011).

Carla vende lingerie, produtos de beleza e higiene pessoal das marcas Avon e Natura, como indica uma placa no portão de sua casa: recebe encomendas de roupas de lã. Afirmou que não pode ficar longe da caravana, pois recebe muitas encomendas das colegas – sinalizando outro sentido para a troca que acontece nesse grupo. Manter-se em contato com elas também lhe gera renda, afinal, aumentam seus pedidos de roupas de frio.

Nesse caso, ser integrante da caravana é situação em que outras formas de trabalho e produção de ganho se expressam: é uma condição de possibilidade para tal.

Assim como outras entrevistadas, Carla tinha mais de um aparelho de celular. Parecia uma "mulher de negócios", pois recebeu alguns telefonemas durante a entrevista e, em um deles, era um fornecedor de lingerie do Rio de Janeiro que ela revende. Depois da entrevista, ele iria para sua casa trazer-lhe mais produtos.

Em relação a esse "fazer bem" proporcionado pela ida às emissoras, afirmou ser "uma terapia", uma "distração", que a impede de "deprimir", "de perder o ânimo para fazer as coisas":

Por que gosta de ir para as gravações?

Olha, é uma terapia. Eu já tive depressão, então, para mim, eu me esqueço de tudo quando eu estou lá. Acho que a maioria que vai... cada uma tem um problema. Por isso a gente vai às caravanas. Aí a gente fica mais unida, cada uma tem o seu problema, vai e se esquece de tudo. Quando você volta, vai voltando tudo também, vai caindo na real de novo. Mas é muito bom. Por isso a gente faz esse sacrifício. Passei muito mal de depressão, muito mal.

Faz tempo?

Faz uns quatro anos, eu acho. É assim: eu não posso parar de ir à caravana. Se eu parar, eu entro em depressão. Daí não quero mais sair de casa, só quero ficar aqui dentro. Não sei por quê. E ir à caravana, não, eu me distraio. Eu perco o ânimo de fazer as coisas. E indo na caravana... [telefone toca, interrompe] indo para a gravação eu me distraio muito. Às vezes, eu até paro de ir, e tem dia que meu marido fala 'ah, precisa ir para as caravanas porque você está muito chata'. Eu me distraio muito. Muito mesmo (CARLA, entrevista, 2/2/2011).

A colega de Carla na caravana diz algo semelhante. Ainda que cansativo, é como "uma terapia", que "faz bem":

Até na Praça, que eu gosto de ir, é cansativo. Você sai cedo, uma hora da tarde, mas chega lá, aquele ambiente fresquinho, desde que você entra não tem mais calor, o tempo todo é uma terapia. Já tem, né? A risoterapia. [...] Eu vejo na TV que faz bem para as pessoas. E lá a gente tem de graça e ainda ganha. Então, enquanto tiver eu vou! (CLARA, entrevista, 25/2/11).

As falas de Clara e Carla fazem coro a das outras entrevistadas, chamando a atenção para aspectos positivos da participação. Carla menciona a questão da identificação com as

histórias e a possibilidade de, então, se distanciar da realidade vivida. O dia a dia das gravações unifica o grupo: ao ouvir aquelas histórias, elas se esquecem, por momentos, de suas vidas – como em uma peça de teatro; distanciam-se dos problemas e se aproximam de outras narrativas.

Entre todas as envolvidas na produção do auditório – contatos, caravanistas e seu grupo – é recorrente associarem as atividades que desenvolvem, de um lado, a uma "correria", de "grande responsabilidade" em nome da qual abrem mão do cuidado de familiares (neto e marido); de outro, a uma "terapia", "diversão", que as ajudam a manter a saúde física (para aquelas que têm diabetes ou colesterol alto) e psíquica (que não as deixa deprimir, "perder o ânimo" ou que exercita a "mente").

#### Ser contato

A contato faz a intermediação entre produtores e convidados. Ela divulga e apresenta os temas no entorno onde mora, em busca de protagonistas para as histórias. Ao abordar possíveis participantes do palco, a contato Maria concebe a adequação do tema à história da pessoa como se fosse uma roupa que vestiria bem:

Eu falo assim: quando você vai para uma loja comprar uma roupa, você não vai pegar a primeira que encontrar lá: ou ela é muito apertada, ou é muito larga que não vai caber. Tem que ser uma roupa adequada que vai te caber. O tema tem que ser a mesma coisa. Tem que ser como uma roupa para você, que você vestiu e coube. Senão, não serve para você. É engraçado, pois eu vou falando de uma forma que eles entendem (MARIA, entrevista, 24/8/2011).

Para cada grupo que compõe um "caso", haveria um mote adequado ao conflito pessoal vivido. A contato se responsabilizaria por essa adequação, entre a pauta do programa e as histórias pessoais.

Assim como ser caravanista, a atividade de contato é informal. O vínculo com a emissora é pessoal e também hierarquizado. Na entrevista, ao ser indagada se trabalhava, Neide associou ser contato a um "bico":

Atualmente você está trabalhando?

Eu faço um bico.

O que você faz?

Eu faço *Casos de Família*. Eu ajudo. É contato, é contato que fala. Eu não sou fichada nem nada, mas é um bico. Eu acho as histórias. [...] É que eu já tinha participado uma vez de *Casos de Família* no palco, da história, no programa. E a

moça [produtora] gostou muito de mim porque eu falo muito. Eu falo mais do que a boca, né? Ela ligou para mim e falou se eu queria ser contato. Falei 'claro'. Aí eu estou há três meses. E é legal (NEIDE, entrevista, 25/1/2011).

Há uma hierarquia nesse universo das "garotas de programa". Para ser recrutada como contato, é preciso conhecer os programas e seu funcionamento. Essa entrevistada já frequenta há anos os auditórios de diferentes emissoras, já participou do palco e, por ser desenvolta, "falar demais", foi convidada por uma produtora para ser contato.

A despeito de ser um "bico", ou seja, um trabalho irregular, sem um número certo de convidados para buscar por semana, e com um rendimento variado, de acordo com o número de pessoas aprovadas pela produção, é uma função de prestígio tanto em relação à família e à vizinhança, quanto em relação ao seu grupo de caravana. Em outros termos, traz prestígio entre os que não pertencem às "garotas de programa", como familiares e vizinhos, e também entre essas profissionais (caravanista e integrantes da plateia). E esse prestígio advém da possibilidade de circular pelos bastidores. Diante dos que não pertencem às "garotas de programa", Neide comenta a possibilidade de usar um carro – com logotipo da emissora – para procurar os convidados.

Agora que sou contato, eles falam que vão mandar o carro. Ele vem com motorista, só para mim. Quando foi a primeira vez, eu não aguentei: meus irmãos falaram que iam se esconder. [risos] A rua: saiu vizinho dali, saiu dali. E o carro vem escrito SBT, isso que dá raiva. SBT Casos de Família. Ele parou bem aí em frente e o meu irmão 'mana, seu motorista já chegou!' [risos]. Meus irmãos ficaram rindo da minha cara. Quando eu vejo, tem uma mulher ali, ela tem uma varanda. Não sei: acho que os cotovelos dela... Ela fica ali e sabe da vida de todo mundo. Ela estava na hora que eu saí: meu deus do céu. [risos] [...] Era logo no começo, eles ainda não sabiam que eu estava trabalhando. Meu deus do céu, quando foi o outro dia: [essa vizinha perguntou] 'por que o Silvio Santos veio buscar você aí?' O Silvio Santos é que veio me buscar, viu? [risos] O Silvio Santos! 'ah, eu falei que era assim com o Silvio Santos [fazendo um gesto de proximidade com as mãos]. 'Neide, eu vi!'. Ela disse que viu. Falei: 'você não sabia?' Menina, é uma coisa tão assim que a pessoa fantasia. Como pode? E eu ainda dou corda. É isso aí! [risos] A hora que eu quiser o carro vem. É um barato os motoristas – todos. 'Para onde a senhora quer ir?' Falei: 'vamos para a praia, que está um calor desgraçado!' [risos] Eu levo na brincadeira e eles gostam (NEIDE, entrevista, 25/1/2011).

Segundo uma amiga dessa contato: "é bom para a autoestima da gente!" (JÉSSICA, entrevista, 25/1/2011). É improvável para esse grupo social, que habita regiões pobres e periféricas da Grande São Paulo, ter um carro com motorista. Ainda mais pertencente a uma emissora benquista pelos participantes. Para ela, essa situação improvável de o Silvio Santos em pessoa ir buscá-la é encarada com humor para romper um constrangimento. Assim, ao invés de ir trabalhar sendo levada por um motorista, brinca, pedindo-lhe que fosse levada à praia. Mais do que ir trabalhar, ele a levaria para passear.

Outra contato mencionou a possibilidade de fazer "conferência" e, desse modo, não gastar os créditos de seu telefone com a seleção de convidados. Ela possui um aparelho por

meio do qual liga para a emissora e esta, por sua vez, entra em contato com quem Maria quer conversar. É a própria emissora que arca com os custos da ligação – "eu estou chique, bem, você acha?!", brinca a contato, animada com o fato de economizar na conta de seu celular, ou seja, utilizar um instrumento de trabalho da emissora a fim de realizar sua tarefa (MARIA, entrevista, 24/8/2011). Esse aparelho não é distribuído entre todas as contatos, sendo outra fonte de prestígio para elas.

Ser contato – e trabalhar junto à produção do programa – gera um ganho indireto, mesmo enquanto uma "garota de programa": ela se sente dentro da emissora. Maria considera o fato de trabalhar informalmente para o SBT como um adicional ao seu salário de contato:

A produção deu agora dez reais a mais para nós – dez reais de cada pessoa, era vinte passou para a trinta – está de bom tamanho. Para mim está bom, porque o meu intuito ali não é esse, não é ganhar dinheiro. O meu intuito é trabalhar, ficar ali, e ver se eu consigo o caso de minha filha. Porque eu já te falei: uma hora ela vai entrar na telinha para gente ver. Mas não quero enfiar a minha filha de qualquer jeito. Não é isso. Quero que ela vá pelo talento. Ela faz teatro, está se esforçando, ela estuda também (MARIA, entrevista, 24/8/2011).

A contato sonha com a possibilidade de, com sua posição de intermediação, facilitar o acesso da filha, estudante de teatro, à "telinha". Sua posição se somaria à remuneração do trabalho, fazendo-o valer seus esforços de ajudar os produtores.

As regras para se tornar contato são semelhantes as de caravanista. Elas também estão vinculadas a um território e trabalham diretamente com um funcionário da emissora (um ou mais produtores ou assistentes de produção). São eles que lhes passam as pautas com os temas para os quais selecionam candidatos. Se seus candidatos foram aceitos na primeira entrevista – realizada *in loco* e com a presença de produtores – elas os acompanham à entrevista na emissora; depois, se novamente aprovados, elas da mesma forma os acompanham na gravação. Elas saem do auditório a passam a frequentar os bastidores: acessam os camarim e as coxias. É nessa ocasião, no dia da gravação, que são remuneradas.

A contato Maria, ao falar de uma produtora para a qual trabalhava, mostra como suas atividades são interligadas:

Semana que vem eu tenho que fechar alguma coisa para a Miriam porque, já está no final do mês e ela tem que fechar o quinteto, cinco. Eu achei muita coisa, mas eu não posso reclamar disso. Mas não faz parte de mim, é lá da produção. Mas cinco? Cinco casos para uma pessoa? [Fechar] Quatro já estava bom. Eles ralam. Se não fizer, tiram eles. Tem uma meta. Se não fizer a meta você está lascado. Eu não tenho meta nenhuma, mas eles [os produtores] ficam no meu pé. [...] eu me sinto responsável (MARIA, entrevista, 24/8/2011).

As equipes de produção trabalham com metas: é preciso que cada produtor ou assistente aprove para gravação cinco trios (ou quartetos) por mês. Essa meta da produção

recai para o trabalho da contato, que é pressionada para encontrar rapidamente participantes ajudando, assim, no cumprimento dessa meta.

Quando eles pedem alguma coisa para mim, acho que é coisa minha mesmo, de querer ajudar. 'Maria, não tem o fulano de tal?', 'No momento não tenho, mas vou achar, vou conseguir'. O pior é quando começo às oito horas da manhã e vou até oito da noite. Enquanto não consigo, não sossego. Daí quando eu consigo, já fechou... quero morrer! É difícil acontecer isso, mas aconteceu de correr atrás e... é que são várias contatos. E a outra fechou. É que eu não estou lá, o carro já está buscando o fulano de sicrano, já fechou o tema, não dá mais, acabou (MARIA, entrevista, 24/8/2011).

Essa interligação dos trabalhos da contato e dos produtores, quando rompida, é motivo de frustração à contato, como se seu trabalho não fosse reconhecido:

Quando eu falei com você de um tema, eu não falei com um cachorro, eu não falei com a parede. É um ser humano, que tem coração, cabeça, que tem pensamento, pode até ser o lixeiro da rua, não me interessa. Mas eu falei com um ser humano. Ele merece respeito. Eu passo para a produção, se passarem dois, três, quatro dias e não tomar providencia, nem para ligar, é porque está pouco se lixando para o meu trabalho. O meu trabalho também é sério (MARIA, entrevista, 24/8/2011).

A contato intermedeia a emissora e o público: uma vez com a pauta de temas, sai em busca de convidados. De um lado, seu trabalho conta com um retorno dos produtores: ela precisa ser avisada de que um tema já foi "fechado", finalizado, pois todos os convidados já foram encontrados e aprovados para a gravação. Sem ter notícias do andamento da composição de um episódio, o seu trabalho perde o ritmo. De outro, ela é a primeira figura que apresenta o programa para o público. Quando ela aventa a possibilidade de participação, responsabiliza-se, também, por aquelas pessoas. Se um tema é finalizado e seus selecionados ficam de fora, seu trabalho se inverte: ela passa a buscar temas, em suas pautas, para encaixar aqueles que não entraram — "daí você tem que pensar naquela pessoa, arrumar outro tema para aquela pessoa" (MARIA, entrevista, 24/8/2011).

A estrutura hierarquizada de produção do programa gera níveis intermediários. Na entrevista com Neide e suas amigas, elas comentam as regras para ser uma contato:

Neide - Eu sou contato lá e ela [Raimunda] não pode, porque eu já sou. Se ela for, ela vai tomar o meu lugar.

Vocês seriam concorrentes?

Jéssica - É porque moram próximas.

Neide - Tem a distância. Por exemplo: não sei quantos... mas tem uma lá em Barueri, mas eu já sou do Munhoz e Helena Maria. Então, ela não pode. Se ela for contato, eu saio. Ela pega o meu lugar. Então, eu falei para ela: sabe o que você faz? Você vai ser a minha contato. Ela me ajuda.

Você é contato da Jaqueline [produtora de Casos de Família]?

Neide - Da Flavia, do Antonio e da Jaqueline [todos assistentes da produção].

Raimunda - A Flavia que trabalha lá queria que eu fosse contato dela, mas como tem ela [a Neide] não posso.

Neide - Não pode. Se ela morasse em outro lugar, aí podia. Falei para ela: você me ajuda. Quando for o dia da gravação, se eles deixarem você ir, você vai. Pode ir lá (NEIDE, JÉSSICA e RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

Por já haver uma contato na vizinhança, não seria possível que outra fosse autorizada a atuar, donde a função de contato da contato. Entre amigas, dividem a remuneração, porém apenas uma é "oficializada" e circula pelos bastidores, sem ter de pedir autorização à produção. Ou seja, seu prestígio ainda é maior.

## Integrantes da caravana, participantes da plateia

Participar do auditório é significado de muitas maneiras pelas integrantes da caravana: tanto do ponto de vista interno ao grupo quanto externo, isto é, como elas acham que sua atividade é vista e avaliada por outros. Acham que é uma atividade mal vista, pois abarcaria pessoas desocupadas, "é coisa de vagabundo". Ao contrário, para elas, como possuem outras atividades, seria uma forma de sacrifício – "Você vê lá o auditório alegre, feliz, você não sabe o que se passou antes para chegar até lá".

Elas participam, mas sem deixar de cumprir o que lhes parece ser de sua responsabilidade – o marido, os filhos, a casa e o trabalho. Lourdes é agora aposentada; quando trabalhava, conseguia conciliar essas diferentes esferas – a maternidade, a vida profissional, o casamento, as atividades domésticas – e um momento de lazer compartilhado com amigas. Diz ela:

Durante o tempo que eu estava trabalhando, de vez em quando ela mandava a Arlete me chamar, e de vez em quando eu ia. Dava um cano na escola, ia durante o dia, depois trabalhava das 15 às 23h. A escola é aqui pertinho. Ia aos programas de manhã, chegava à tarde e ia trabalhar. Mas sempre deixando a casa mais ou menos em ordem e os filhos também (entrevista, 1/4/2011).

Não são apenas os programas de auditório aqui estudados, e seus participantes, os mal vistos pelo grande público. Desde o início da televisão brasileira, sua produção é considerada de baixa qualidade. Bergamo lembra que dois anos após a inauguração da TV Tupi, em 1952, a Revista *Manchete* publicou uma nota em sua coluna "O Mundo em Manchete", definindo a televisão: "um invento que permite a pessoas que não têm nada para fazer ficarem olhando para pessoas que não sabem fazer nada" (Revista *Manchete*, Editora Bloch, nº 30, 15/11/1952). Segundo Bergamo, seus profissionais foram tratados, "durante muito tempo,

como lixo cultural e ideológico" (2005, p. 17). Essa visão é até hoje compartilhada e se estende àqueles que ajudam a produção: as "garotas de programa". 120

Para se contrapor a esse sentido pejorativo, as participantes elegem outros aspectos para se referir à ida ao auditório. É uma oportunidade para se produzirem – vestirem roupas bonitas, maquilarem-se e arrumarem os cabelos – e sentirem-se bem. Portanto, é uma atividade prazerosa e da qual elas sentem falta quando se ausentem. Neide, Raimunda e Jéssica, respectivamente, comentam quais os motivos que as fazem participar: "porque eu gosto de me arrumar, eu gosto de por salto alto, por isso gosto de ir lá. Gosto de me sentir bem e aparecer."; "a gente fica com a autoestima bem lá em cima. Porque, se você não vai para lugar nenhum, não se apresenta em lugar nenhum"; "a nossa família que mora longe, vê e 'ah, eu te vi na televisão'" (entrevista, 25/1/2011). Participar de gravações é mais do que ir aos auditórios: é, nas palavras de Raimunda, "apresentar-se".

A visibilidade gerada pela televisão faz com que parentes distantes consigam revê-las, além de serem reconhecidas pela vizinhança.

Nossa, eu não sabia que tinha essa repercussão, a família comenta, os vizinhos...

Jéssica - Vixi, todo mundo.

Neide - Aqui todo o mundo me conhece. Nossa, se você falar quem é a moça que vai ao SBT? Quem é a mulher de programa? [risos] É aquela ali. Todos no bairro me conhecem. Todos no bairro dela a conhecem [apontando para Raimunda].

Raimunda - Tem gente que até me procura para eu ajudar: 'menina, eu não sou nada, não sou ninguém, não sou o Silvio Santos'. 'Mas minha mãe está precisando'...

Neide - Eles querem dar carta para a gente.

Jéssica - Eles acham que a gente tem acesso ao SBT, à Band... A gente só participa do auditório.

Raimunda - Mas é claro que a gente não tem!

Já receberam carta para levar?

Neide - Eu já.

Raimunda - Eu não recebi, porque digo que posso dar o telefone para entrarem em contato, mas eu não sei fazer isso. Posso até levar, mas não vou garantir. Tem pessoas que são assim, você leva, eles estão confiando em você, achando que você pode fazer alguma coisa. Quem sou eu para fazer alguma coisa?

Jéssica - Quem não vai, não tem noção. Não sabe que a gente só vai para o auditório, para assistir ao programa. Acha que a gente tem acesso a tudo, ao apresentador, ao diretor (NEIDE, JÉSSICA e RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

<sup>&</sup>lt;sup>120</sup> A baixa qualidade da programação na TV é frequentemente tema de reportagens na mídia impressa. Enquanto essas linhas são escritas, foi publicado na coluna do jornalista Maurício Stycer, no caderno Ilustrada da FSP, um comentário a respeito do comprometimento dos diretores de emissoras (Globo, TV Cultura, Record e Band) que lançavam num evento, ocorrido em março de 2013, a nova grade de programação e o conteúdo de algumas emissões veiculadas naquele período. O colunista questionava justamente a possibilidade de "uma programação de qualidade" (Disponível em: <a href="http://www1.folha.uol.com.br/colunas/mauriciostycer/1254759-o-anao-dogugu-e-outras-historias.shtml">http://www1.folha.uol.com.br/colunas/mauriciostycer/1254759-o-anao-dogugu-e-outras-historias.shtml</a>>. Acesso em: 1/4/2013).

Ademais, por frequentar as emissoras, são vistas diferentemente pelos vizinhos, como se tivessem mais recursos para, de alguma forma, ajudá-los. É como se sua "rede de apoio social", nos termos de Marques, se ampliasse. E, em alguma medida, essa ampliação acontece: conhecem outras integrantes, vinculadas a caravanas de bairros diferentes, bem como profissionais contratados formalmente pelas emissoras. Ao fazer parte desse mundo social da televisão, a rede de sociabilidade aumentaria podendo eventualmente ser acionada para assuntos de emprego, saúde ou outros assuntos cotidianos. 122

Outros aspectos mencionados por essas três amigas – duas separadas com filhos, sendo uma na faixa dos cinquenta anos e outra dos quarenta, e a terceira, solteira, sem filhos, e com quase trina anos –, foram a paquera e o relacionamento amoroso como atrativos para a ida às emissoras.

O "clima" nos momentos da não-gravação – isto é, a espera fora do estúdio, o caminho percorrido em fila até ele, a outra espera, elas já nas cadeiras, os intervalos, e, por fim, a saída –, é também dedicado pelas "crianças" (moças) e "meninas" (senhoras) a ver e se mostrar aos profissionais (seguranças, operadores de câmera, assistentes de produção, motoristas, entre outros). Elas conversam com os rapazes, fazem brincadeiras, e eles respondem com o mesmo entusiasmo. O "clima" é descontraído, homens e mulheres trocam olhares, flertam, namoram. 123

Raimunda - Eu adoro estar lá. É que eu tenho outro contato [risos]. Eu tenho outro contato. É muito legal!

Jéssica - Isso é legal, porque a gente arruma paquera. Como a gente vai sempre, a gente arruma paquera.

Neide - Eu vi que você até beijou um cara lá no banheiro. [risos]

Mas quem? Ele também vai para o auditório?

Jéssica - Não, que já trabalha nas emissoras. Geralmente de auditório também. Mas no SBT é um público bem feminino, são poucos os programas que têm [homens na plateia]...

Neide - Ih, filha, aqueles caras de câmera...

<sup>&</sup>lt;sup>121</sup> As redes de sociabilidade são centrais, segundo Marques, "na mediação do acesso a bens e serviços obtidos em mercados e fora deles, como acesso a emprego, inclusive de melhor qualidade (emprego com carteira assinada), obtenção de apoios e auxílios sociais, presença de maior ou menor precariedade social e obtenção de rendimentos monetários" (2011, p. 66).

<sup>&</sup>lt;sup>122</sup> Dito de outro modo, essa hipótese de ampliação da rede de apoio social é plausível. Esta questão foi somente tangenciada na análise aqui realizada.

<sup>&</sup>lt;sup>123</sup> Em duas ocasiões pude perceber a investida desses profissionais: quando fui embora de carona com um dos motoristas da emissora, ele me convidou para sentar na frente com ele. Quando cruzei os braços dizendo que iria com as outras "convidadas", no banco de trás, ele sorriu e pediu calma. Outra moça foi sentada ao lado dele. Na segunda ocasião, um dos seguranças comentou comigo, enquanto eu caminhava pela emissora, esperando pelo início da gravação: "agora você não sai mais daqui", referindo-se à frequência com que eu ia à Band. Ou seja, ele tinha reparado na presença de uma nova integrante da plateia.

Jéssica - Exatamente!

Neide - Eles paqueram todo mundo. Se a gente der uma cordinha, a gente sai com todos. E são casados, solteiros, eles todos. Todos safados.

Raimunda - A corda cresce, menina! [risos]

Jéssica - É que o tempo todo eles veem mulher.

Neide - É Record, SBT. São todos! (NEIDE, JÉSSICA e RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

Mais um aspecto da participação aos programas de auditório é destacado: além de ser um mundo no qual se apresentam e têm visibilidade, ele é também um espaço no qual se pode procurar e tecer relacionamentos amorosos.

#### Dona Marlene e Clara

Dona Marlene nasceu no interior do Estado de São Paulo e hoje vive com uma irmã deficiente num bairro popular na região metropolitana da capital, numa casa de quatro cômodos, no mesmo lote em que sua filha mais velha mora. Completou 71 anos em 2011 e é aposentada, tendo trabalhado como faxineira tanto em firmas quanto "casas de família", por dia e por mês. Há mais de dez anos essa senhora integra uma caravana da região: já frequentou muitos programas e emissoras.

Sua participação foi relatada com entusiasmo por meio dos prêmios que ela, também sua filha e neta já ganharam. Foram prêmios em dinheiro e objetos, como garrafa térmica, celular, pulseira e anel. Também já levou cartas de terceiros, pedindo ajuda ao SBT, bem como enviou cartas suas. Quando perdeu os dentes, manifestou à emissora, por escrito, seu desejo de ganhar uma dentadura; mais recentemente, seu neto escreveu ao programa de Celso Portiolli (apresentador de *Domingo Legal*, do SBT) solicitando uma reforma para a casa da avó. A primeira delas voltou e a outra não foi respondida. Ao ser questionada se tentaria mais uma vez, respondeu negativamente: "Mas agora o Silvio Santos não está numa situação muito boa. Não dá para ficar mandando... só lá, né? No Gugu" (Dona Marlene, entrevista, 26/2/2011), referindo-se à dificuldade financeira pela qual passou o Grupo Silvio Santos, entre 2010 e 2011, resultando na venda do Banco PanAmericano, e ao antigo apresentador do SBT que foi para a Record. Ao Gugu, sim, seria possível solicitar ajuda.

Participar da caravana é uma atividade de lazer para Dona Marlene: ela se diverte na companhia das outras integrantes, suas amigas. Indagada por quais motivos gosta de participar, diz:

Por quê? Porque não tenho o que fazer, fico em casa o dia inteiro sem fazer nada, eu vou para a gravação. Bater palma, cantar, pular, dançar e bagunçar... Bagunçar não, eu vou cantar. Bater palma, canto e danço. Tem um programa em que a gente..., o Raul Gil, a gente antigamente cantava e dançava, a maior... é da hora! E para conhecer, filha. Conhecer os artistas, os cantores, tudo de pertinho. Só não pode pegar, mas dá para conhecer bem de pertinho. Nesses dias foi aquele homem lá da Tele Sena. Como é o nome dele? [...] ele foi lá n'*A Praça* [É Nossa] participar... Neguinho da Beija-Flor? Vi pessoalmente e na televisão (entrevista, 26/2/2011).

Elas assistem às atrações musicais, brincam nos jogos, veem "de perto" artistas, ganham prêmios. A filha de um de seus vizinhos, que está no Japão, comentou tê-la visto na TV, o que a deixou feliz.

Uma vez mostrou [minha participação] no Silvio Santos, quando eu ganhei R\$ 150. Lá no Japão, a menina ligou para falar para o pai dela que me viu. Lá no Japão. Eu passei na televisão do Japão. No dia em que eu montei no touro [jogo do programa do Silvio Santos], a menina ligou para o pai que mora aqui na minha rua. Olha! Fui até o Japão! (DONA MARLENE, entrevista, 26/2/2011).

Ao desconsiderar a possibilidade de pedir novamente ajuda *ao Silvio Santos*, posta a dificuldade financeira do empresário-apresentador, bastante divulgada à época pela mídia, bem como ao afirmar que conhece artistas "bem de pertinho", "só não pode pegar", "pessoalmente", Dona Marlene delineia sua proximidade do mundo televisivo e de seus personagens.

Dona Marlene é analfabeta e atualmente estuda numa associação próxima à sua casa, que doa leite aos aposentados. Ela é uma das beneficiárias. Quando está em casa, gosta de assistir aos programas de que participou, aos jornais e emissões que ensinam receitas culinárias, porém, por não conseguir anotá-las ou memorizá-las, não as prepara. Pouco tempo antes da entrevista, havia adquirido uma nova televisão para a sala, um modelo de tela de plasma, pois a antiga tinha queimado com as chuvas do início do ano. A casa de quatro cômodos (cozinha, sala e dois quartos) possuía três aparelhos de TV: um no quarto de Dona Marlene, outro no quarto de sua irmã e o modelo novo na sala. Este último, comprado a crédito por Dona Marlene no cartão da neta. Mensalmente ela a reembolsa.

Vale destacar o leite recebido por doação e o esforço para adquirir um novo aparelho de TV pela via do crediário. Desse modo, vislumbra-se a importância e a centralidade da televisão no cotidiano dessa senhora. A antropóloga Ondina Fachel Leal, na análise a respeito dos diferentes entendimentos e apropriações da novela das oito entre dois grupos sociais distintos – um formado pelas classes populares e outro pela classe dominante –, localizados

em lados opostos na estrutura social em relação a "posse e possibilidade de posse de bens simbólicos institucionalmente consagrados" (1986, p. 28), reafirma a centralidade da televisão para as classes populares. No ensaio fotográfico que inicia seu trabalho, ressalta os espaços aos quais são destinados os aparelhos: são adornados com vasos e toalhas de crochê nas salas das classes menos favorecidas, e são guardados dentro de estantes nas classes mais abastadas.

Na pequena casa de Dona Marlene, todos os cômodos possuíam um aparelho de TV, com exceção da cozinha que abrigava um rádio. Sua TV de tela de plasma não consegue ser adornada como na descrição de Leal, porém ela mesma enfeita a sala dessa senhora, que fez questão de ligar o aparelho para mostrar as belas imagens.

A entrevistada chamou a atenção para sua casa, que julgava abafada, e para seu quarto, que tinha apenas uma janela interna, aberta para a sala. A casa era rodeada por outras construções, impossibilitando a abertura de uma janela para fora. Era para conseguir reformála que seu neto havia escrito ao SBT. Pelo fato de, em sua percepção, a TV nova esquentar menos que a anterior, ela, consequentemente, esquentaria menos a casa. Além das boas imagens, essa seria outra qualidade do aparelho. 124

Um comentário de Dona Marlene a respeito da transmissão depois da entrevista foi de fundamental importância para o entendimento de sua relação com a televisão e de sua compreensão dos programas. Na tela, o resgate de passageiros de um carro que caíra da ponte em um rio. Primeiramente, pedestres ajudam a trazer as pessoas para a margem e, em seguida, bombeiros. O clímax da transmissão é atingido com o resgate de um bebê, o último a ser encontrado. Não era sabido se estava vivo. O resgate acontecia à luz do dia. A narração dos eventos sugeria ação em tempo real. Uma voz em *off* esporadicamente lembra que o episódio se passara no dia anterior. Somente assim o telespectador poderia compreender que não se tratava de uma transmissão ao vivo. Dona Marlene comenta que já tinha visto o programa e, em algumas cenas, antecipa os acontecimentos. Quando indagada sobre o bebê, com a atenção voltada à transmissão, respondeu ser preciso assistir até o final, pois, no dia anterior, a criança tinha sido salva. Não sabia, porém, o que aconteceria naquele momento — "vamos ver se encontram o bebê novamente".

A entrevistada não parecia questionar a edição das imagens, se seria a mesma do dia anterior. Ao contrário, ela confundia a linguagem televisiva ficcional com a transmissão (sensacionalista) de uma notícia jornalística. Apesar de ser uma reprise, havia, para ela, a

Dona Marlene mora numa construção mal ventilada, cujo acesso é bastante difícil, sobretudo, para uma senhora idosa: é preciso subir uma longa escada para chegar a seu pavimento.

chance de o resgate ter desdobramentos diferentes. Encontrar a criança parecia ser uma possibilidade em aberto, tal como o final de um filme ficcional.

A esse comentário soma-se outro a respeito das telenovelas de que mais gostava. Ressaltou preferir as do SBT, pois eram veiculadas no período vespertino, e não à noite, como as da Rede Globo. Já sua neta preferia as desta emissora. Dona Marlene assistia *Pérola* e *Maria* à tarde, depois *Ratinho* e *A História de Ana Raio* e *Zé Trovão*, entre 22h ou 22h30, todas veiculadas pelo SBT (no início de 2011). Suas preferências, se analisadas por meio da abordagem da antropóloga Almeida (2002), também podem ser entendidas como quais tramas narrativas eram mais próximas de sua experiência. Dito de outro modo, em que medida essa senhora conhecia as regras e convenções desse gênero narrativo, conseguindo acompanhar suas diferentes versões em horários e emissoras diferentes. Em sua etnografía em Montes Claros, Almeida percebeu que moças mais jovens, escolarizadas e vindas de cidades, preferiam acompanhar a novela da sete da Rede Globo, por exemplo, pois possuía uma linguagem mais dinâmica e temática urbana, em relação à novela das seis (mais açucarada, também vista por crianças). Por outro lado, senhoras com pouca escolaridade e vindas do meio rural tinham dificuldade para acompanhar a trama da novela das sete (às vezes, mesmo a das oito) e preferiam as novelas do SBT ("novelas mexicanas") e programas de auditório. <sup>125</sup>

A relação com a televisão é distinta, se for considerada a escolaridade das entrevistadas. Clara é uma paranaense branca de 55 anos, casada e mãe de três filhos. Finalizou o Ensino Médio em 2009, por meio da Educação de Jovens e Adultos (EJA), oferecido numa escola próxima ao apartamento em que reside, há 26 anos, com a família, localizado num bairro vizinho ao de Dona Marlene. Integra a mesma caravana há dois anos. Anteriormente não tinha disponibilidade, pois cuidava do pai e do irmão doentes, além de trabalhar numa escola como inspetora de alunos. Essa não é, contudo, a primeira vez que Clara participa de programas televisivos. Quando sua filha era adolescente, costumava acompanhá-la nas gravações de quadros em que roupas e produtos de beleza eram divulgados.

25

<sup>125</sup> A respeito dessa discussão, ver Almeida (2002), especialmente o item: "As linguagens da televisão e seu aprendizado" (p. 153 e ss.). Outra entrevistada, participante da plateia, comentou que assistir a alguns programas, em casa e na plateia, fazia-lhe aprender e a repensar sua vida. Ela aprendia com os comentários de Christina Rocha e lembrou com carinho das gravações de Gasparetto, um apresentador formado em psicologia e espírita que também dava conselhos aos participantes. Depois, associa esses comentários de que gostava às mensagens passadas nas novelas. Diz Neide: "[...] Era muito bonito de escutar [o programa do Gasparetto], a gente aprendia, como as novelas da Globo. Não que eu seja puxa-saca da Globo, mas as novelas são muito exemplo. Cada novela tem um sentido, de droga, de tudo. Nossa, eu fiquei, eu gosto das novelas por causa disso, mas é mais da Globo, do SBT, é mais mexicano...[abaixa o tom de voz para falar]. Então, acho que as mulheres assistem porque elas se veem lá. Sempre tem uma história que é a sua. Você assiste e você vê. Acho que é isso, eu vejo assim" (NEIDE, entrevista, 2/2/2011). Ao se identificar com as personagens e com as situações narradas, os telespectadores repensam suas próprias histórias, num movimento de reflexividade.

Clara também considera a ida às emissoras como uma atividade de lazer que faz com amigas e a irmã:

Gosto porque eu sempre... teatro, sabe essas coisas? Isso me fascina e como tem acesso fácil, eu vou sempre que me chamar e eu puder. [...] hoje em dia, eu sei, muitas pessoas gostam de imagem, de aparecer. Meu objetivo não é esse, é que eu gosto de assistir. Tudo. Câmera, o jeito de fazer. Eu adoro. Eu chego e presto atenção em tudo. Não me canso. É por isso que eu vou.

[...] o benefício que eu tenho – de sair – às vezes, as pessoas dizem, 'ah, você vai deixar a sua casa? Pegar um ônibus, ir até lá?' Mas, para mim, eu me sinto bem. Entrar num ônibus que tem gente de todo jeito, toda a espécie... Eu gosto de povão, eu me sinto bem (CLARA, entrevista, 25/2/2011).

Para a entrevistada, é uma atividade tal como um teatro, ao qual "tem acesso". Além disso, aprecia a proximidade do universo televisivo. Uma das hipóteses para essas mulheres envolverem-se com as caravanas e deixarem-se fascinar pela produção televisiva seria a falta de opções – poucos equipamentos públicos ou privados de lazer – nos bairros onde residem. Essa hipótese é plausível, na medida em que é conhecida a concentração de cinemas, teatros, parques e praças, entre outros, nas regiões centrais da cidade. Contudo, Clara afirmou ter feito cursos de artesanato e teatro, bem como suas filhas, em instituições próximas à sua casa. Outra hipótese seria a falta de recursos para consumir esses bens; algumas delas, porém, também frequentam programas que precisam pagar à caravanista (como a ida à igreja ou à emissão do Gugu, por exemplo). Desse modo, não seria adequado que se generalizassem as situações mostradas por algumas integrantes para todas de uma mesma caravana. Para esta entrevistada, integrar esse grupo é uma entre outras opções de lazer, talvez a que tenha "acesso [mais] fácil", mas não é a única.

Em relação ao acesso, vale ainda lembrar a irmã deficiente de Dona Marlene que já frequentou a plateia de Raul Gil. Ela não participou mais vezes, pois a irmã, já idosa, tem dificuldade para cuidar dela. Segundo Dona Marlene:

Já levei umas duas vezes essa minha irmã, na Record, no Raul Gil. Ela gostou, dançou, batia palma. Mas eu parei de levar porque ela não ouve, saía correndo e entrava no banheiro dos homens. E eu tinha que sair correndo atrás dela e entrar também. Outro dia, ia fechando o estúdio e cadê ela? Entrou no banheiro dos homens. Tive que voltar para pegar ela. Olha? Perigoso... Não vou levar mais não. Dá muito trabalho. Parei de levar e ela fica aí. Quando eu saio, ela diz 'já vai? Vai bater palma?'. Eu digo 'vou bater palma'. Saio, vou e a deixo aí (entrevista, 26/2/2011).

É uma atividade, portanto, que aceita a participação de uma senhora deficiente. Ademais, é uma oportunidade para sair do espaço doméstico, cotidiano, e encontrar-se com outras pessoas, "de toda a espécie". Clara não se vê entre pares quando está na caravana – ela se diferencia "do povão". De fato, possui maior escolaridade em relação às colegas e tem mais

consciência do papel que desempenha no palco – é uma atividade importante porque compõe o show.

Como sua colega Marlene, gosta de assistir à televisão. No entanto, com este ato, adquire informações práticas das emissões matinais e vespertinas destinadas ao público feminino, como *Mais Você* (Rede Globo) e *Mulheres* (Gazeta), nos quais são ensinadas receitas culinárias e artesanato, bem como há entrevistas com profissionais da área da saúde. Com o que aprende na televisão – e também na internet –, produz artigos para serem consumidos por sua família e outros destinados à venda em seu condomínio. <sup>126</sup>

Dona Marlene tem uma relação instrumental com a televisão, pois se aproxima dela para se divertir, assim como busca receber uma ajuda material, seja em dinheiro (resultado dos jogos de que participa), seja em espécie (a dentadura e a reforma da casa que não ganhou, ou o celular e as bijuterias). Entretanto, a relação estabelecida é mais imediata e direta se comparada à de Clara, tanto porque tenta receber concretamente ajuda da emissora (solicita os prêmios ou compete por eles), quanto porque sente que é próxima do mundo artístico – ao frequentar auditórios, é possível "conhecer os artistas, os cantores, tudo de pertinho" (Dona Marlene, entrevista, 26/2/2011). Decidir não pedir ajuda ao Silvio (pessoa física), naquele contexto de crise para o Grupo Silvio Santos, mostra o quanto se sente próxima à pessoa do apresentador – aquele não seria o momento para lhe demandar ajuda, uma vez que poderia de alguma maneira prejudicá-lo.

Sergio Miceli, em *A Noite da Madrinha* (2005), ressalta o outro lado da construção dessa relação de proximidade entre apresentador/telespectador e apresentador/plateia, criada e mantida por ambos. Ele investigou o modo como Hebe Camargo se dirigia ao público, seu jeito doce e familiar, seus trejeitos, que cativavam quem a assistia em casa e no auditório.

Essa proximidade também faz com que as integrantes da plateia entrem em contato com os artistas em seu cotidiano de trabalho. Ao observá-los, pensam em si próprias, comparam-se, e pensam na diferença entre vê-los na tela e na gravação. Segundo Jéssica,

Por isso a gente aprende a se aceitar. A gente chega lá na televisão e tudo bem, elas são bonitas, têm um corpo bonito, mas todas têm defeito. Você vai ver todas têm celulite, têm estria – então, a gente aprende a se aceitar. É por isso que eu gosto de ir: a gente aprende a se aceitar, a gente aprende um monte de coisa sobre os artistas, muitos parecem que são super legais na televisão, e você chega lá para gravar e é o maior ignorante. [...] Ele é lindo, é muito legal, na hora da gravação. Mas com o pessoal que trabalha com ele, ele é super ignorante. Super ignorante. Trata muito mal. A gente acaba conhecendo os artistas. Artistas que a gente dá muito valor, a gente vê que não tem valor nenhum: o valor é só lá no programa. Fora isso, eles não

<sup>&</sup>lt;sup>126</sup> É Clara quem vende, como já referido anteriormente, sabonetes de glicerina perfumados.

sabem tratar ninguém. [...] A gente aprende a mudar bem o nosso conceito com essas pessoas famosas (entrevista, 25/1/2011).

Ir às gravações, além de assistir aos programas em casa, faz com que essas mulheres aprendam sobre si e sobre a própria televisão. Jéssica, em outro momento da entrevista, destaca a reflexão que lhe é suscitada pelos comentários dos apresentadores:

A gente aprende para caramba. E depois que a gente sai, a gente comenta, uma coisa engraçada que aconteceu ou um conselho que eles deram e serviu para uma ou outra. A gente sempre comenta. A televisão não é só para a diversão, tem coisa que acrescenta na vida da gente (entrevista, 25/1/2011).

Clara é uma mulher inteligente, curiosa, que gosta de aprender com a televisão. O aparelho de tela de plasma reina na pequena sala de seu apartamento: as emissões a acompanham ao longo do dia, enquanto realiza as tarefas domésticas. Elas a conectam ao mundo em diferentes sentidos: ensinam "novidades", a fazer produtos (receitas culinárias, sabonete, perfume) possíveis de serem comercializados em seu condomínio. A TV também a informa sobre doenças, tratamentos médicos, medicamentos, acontecimentos políticos. E são informações que a entrevistada contrasta com sua realidade. Em duas ocasiões — quando relatava a história do irmão e a do pai, afirmou —, que já conhecia a "síndrome" que acometera o pai e os efeitos colaterais do remédio do irmão — sempre por meio de informações veiculadas na TV. Pelo fato de "saber", acredita ter conseguido informar melhor os médicos que cuidaram dos dois familiares a respeito de suas doenças e sintomas.

Ela afirmou aprovar o governo de Luis Inácio Lula da Silva, porque, desde 2002, seu marido tem um emprego com carteira assinada; com o Bolsa Família, não vê mais crianças e mulheres pedintes nas ruas próximas à sua casa, tampouco no comércio de sua irmã, localizado num bairro vizinho ao seu.

Clara não tem uma relação ingênua com a produção das emissões. Ela costuma frequentar o único programa de auditório que paga a cada uma das integrantes da plateia (*A Praça*). Diz:

Acho que é o único programa da televisão que remunera assim. Porque é um trabalho. Tem que ter retorno. Esse final de ano mesmo passou, mostrou o auditório, mostrou como é feito para ter o retorno. Não é que as pessoas vão lá e riem espontaneamente. Eles mostraram. Inclusive, foi eu e minha irmã; gravaram a gente lá, para chamar a semana toda. Eu e ela ficamos na chamada no ar. [...] Mostravam o desfecho da piada e as risadas em seguida [...] as pessoas não riem de vontade, ali é programado [...] mostraram os bastidores. Eles precisam das pessoas. Ninguém vai se sujeitar, chegar lá e... é difícil. Eu já me acostumei, já tenho esse... sabe? Já dou risada. Artisticamente... É um trabalho, é um trabalho.

[...] eu sei entrar e sei fazer a minha parte, então não me sinto ofendida. Mas a gente vê que tem certas coisas que ofendem legal as pessoas... na Bandeirantes... no SBT não. Eu já vi pessoas saindo do auditório, sendo retiradas porque não estavam se comportando. Ali não pode mexer. Eu vou porque eu sei que eu aguento fazer o que eles estão pedindo. [...] está ao meu alcance e não me agride (entrevista, 25/2/2011).

Como explicitado no trecho citado, a entrevistada percebe sua participação como um trabalho artístico, específico, para ser realizado num programa de humor; por isso, é pago. Refere-se à sua atuação como o resultado de um contrato de trabalho: certo desempenho é demandado, ela sabe o que deve ser feito e faz, tal como pedido.

Sua escolaridade permite a ela uma melhor compreensão dos meandros da produção — "as pessoas não riem de vontade, ali é programado". Dona Marlene, por outro lado, exemplificaria um tipo de participante oposto ao de Clara. Embora o universo televisivo lhe seja familiar, ela parece não dominar as nuances da linguagem televisiva. No episódio do resgate das pessoas no rio, ela confundia a linguagem ficcional com a jornalística.

Além do lazer, há outros aspectos que dizem respeito à participação das integrantes das caravanas. Foi destacado que elas contribuem gratuitamente e de diferentes modos para a produção do programa, bem como a emissora precisa de sua presença e atuação para levá-lo ao ar. Elas aplaudem, ovacionam ou apupam os convidados, comentam e opinam os temas tratados no palco, jogam. Ademais, respondem a pesquisas informais realizadas por profissionais das emissoras, opinando sobre as estreias na programação, os apresentadores, os formatos dos programas, entre outros assuntos. Fornecem, assim, material que permite aos profissionais *grosso modo* avaliar as produções da emissora. São solicitadas ainda a fornecer histórias pessoais (como quando Neide "contou a sua vida" e, se não fosse a caravanista, não teria sido remunerada) e a sugerir temas para serem produzidos, quando elas próprias não são convidadas para integrar o palco, participando de um quadro ou protagonizando sua história.

### Plateia – espaços de criação e de interação

A plateia é não só um espaço de interação, mas também de criação na medida em que suas integrantes ajudam a produzir o programa. Elas participam com comentários sobre os casos discutidos no palco, ou espontaneamente ou quando a apresentadora lhes faz perguntas ou ainda quando suscitadas pelas profissionais do palco, e dos jogos, se o formato do programa permite (como no caso daqueles apresentados por Silvio Santos); elas são inquiridas informalmente pela produção – enquanto esperam o início da gravação – a respeito dos apresentadores e dos programas no ar. Além disso, são pedidos temas e/ou histórias pessoais a

serem tratados no palco.<sup>127</sup> Há também uma circulação entre as pessoas que frequentam a plateia e aquelas que são convidadas para o palco. Algumas aceitam, como no caso de Raimunda, e protagonizam o caso levado ao ar. <sup>128</sup>

Estar na plateia proporciona ainda a interação com telespectadores. Não somente convidadas do palco, mas também da plateia, afirmaram que, depois de sua participação, parentes (ou amigos) residentes em outros Estados (ou países) ligaram para comentar; vizinhos e até mesmo estranhos mostram-se interessados em conversar. Ainda que possuam menor visibilidade em relação aos convidados, membros da plateia geram curiosidade e, de maneira geral, são bem vistos por terem aparecido na TV.

## Algumas considerações acerca da produção televisiva

Este capítulo volta-se a um antigo bem cultural da indústria televisiva brasileira, muito conhecido pelos telespectadores: os programas de auditório. Esse formato, vindo dos programas de auditório veiculados pela rádio e presente na grade de programação brasileira desde o início de sua transmissão, foi abordado aqui por meio de um aspecto até então pouco estudado – "as garotas de programa". De intuito foi iluminar e discutir alguns aspectos desse mundo social da produção televisiva, suas características e a teia de relações em que estão imersas. É um mundo formado, como se viu, por contatos, caravanistas e seus grupos, que contribuem de maneiras diferentes para a produção desses bens culturais. Essa contribuição é ampla e vai além do "bater palmas" para os convidados, uma entre outras atividades desempenhadas por essas mulheres, residentes em bairros periféricos ou em municípios da Grande São Paulo, pouco escolarizadas e que têm/tiveram uma inserção precária no mercado de trabalho.

\_\_\_

<sup>&</sup>lt;sup>127</sup> Numa das últimas vezes em que fiz pesquisa na Bandeirantes, fui solicitada pela produção, como fizeram com todas as integrantes de caravanas que esperavam para entrar no estúdio, que preenchesse um pequeno cadastro e relatasse por escrito uma história "marcante" em minha vida. Não informavam, entretanto, o que fariam com este material coletado. Quando indagados, informavam laconicamente que aquelas narrativas poderiam ser usadas para a produção de novos episódios.

<sup>&</sup>lt;sup>128</sup> Esse tema será abordado no próximo capítulo.

<sup>&</sup>lt;sup>129</sup> Segundo Laurindo Leal Filho, "A televisão brasileira é herdeira do rádio em todos os sentidos. Dele vieram a mão-de-obra pioneira, as fórmulas dos programas e o modelo institucional adotado. Diferentemente dos Estados Unidos, onde a inspiração estava no cinema, ou da Europa, onde o teatro era a referência importante, aqui o rádio foi a matriz da televisão. Seus primeiros programas nada mais eram do que o rádio televisionado" (2003, p. 153).

Quando se olha para programas de auditório, uma das primeiras impressões é a exploração desse grupo social pela indústria cultural. É recorrente – em conversas informais e em entrevistas com públicos mais escolarizados que vão a outros programas – a imagem de pessoas manipuladas em busca de maior audiência, de modo a reproduzir o "grotesco" e a "baixa cultura".

A intenção deste capítulo não é obliterar tais dimensões da indústria cultural. Assim como no caso de Tony Soprano, não há apenas uma esfera da vida social que informa a constituição de indivíduos ou de um evento, como a gravação de programas de auditório. Afirmar que essas senhoras são manipuladas seria o mesmo que considerar o personagem Tony, apenas um mafioso. A vida dele é muito mais complexa. Em ambos os casos as assertivas são verdadeiras, porém elas pouco servem para elucidar a rede de relações nas quais os indivíduos estão imersos e que, de certa maneira, fazem suas vidas ter sentido.

Participar da produção dos programas de auditório, como uma das "garotas de programa", seria um indício da incompreensão da exploração a qual estariam subjugadas. No entanto, seria, ao mesmo tempo, a manutenção de uma rede de amizade e solidariedade com funções para além do momento das gravações. As participantes utilizam essa rede, seja no escoamento de suas produções artesanais e na revenda de produtos, seja na obtenção de momentos prazerosos de lazer, tanto nas emissoras como em outras viagens com o mesmo grupo, seja ainda na manutenção de sua saúde física e psíquica. Poder-se-ia dizer que é um dos poucos espaços em que essas mulheres existem socialmente, para além do grupo familiar e do grupo religioso, uma vez que muitas delas estão, por exemplo, afastadas do mercado de trabalho.

Há, portanto, camadas de compreensão que se sobrepõem na análise. Quando focalizadas de perto, as "garotas de programa" evidenciam sua inserção em – e o esforço de manutenção de – uma rede de solidariedade que é hierarquizada e marcada por vínculos pessoais. Entretanto, ao se colocar em perspectiva essa trama, as relações de exploração sobressaem, pois essas "garotas" são mal remuneradas ou simplesmente não o são – pelos serviços prestados às emissoras. Com uma participação variada, são expropriadas de seus gestos e vocalizações (suas palmas e seus gritos), coordenados pela profissional do palco; de suas imagens no palco e na plateia; de suas histórias, substrato dos quadros veiculados.

# 4 Convidados do palco na TV

O processo de autonomização da televisão enquanto produção artística e cultural interessava Bergamo na pesquisa *Os Artífices da Televisão* (2005). O sociólogo dedicou-se às trajetórias de profissionais – na teledramaturgia, no telejornalismo e nos programas de auditório e variedades – a fim de averiguar a consolidação de uma autonomia "relativa" do processo de produção dos bens culturais nessas três áreas. Por se tratar de um modelo de televisão comercial, os "índices de audiência" se converteram, por um lado, em capital simbólico distintivo em relação a outras manifestações artísticas e culturais, e, por outro, conferiram um caráter heterônomo a seus bens, ou seja, de "dependência de formas de consagração que lhes são externas" (2005, p. 9). Segundo o autor, os profissionais da teledramaturgia e o dos programas de auditório estão em polos opostos em relação à autonomia de seu trabalho: enquanto os primeiros a teriam alcançado nos anos 70 e 80, os últimos ainda estariam subordinados à aferição desses índices.

Quando se comemoravam os cinquenta anos da televisão no Brasil, Eugênio Bucci organizou uma publicação que problematizava a produção televisiva até então. Numa formulação mais enfática que a de Bergamo, Bucci afirmava: "somos um país em que a TV comercial – cuja única finalidade é vender e cujo único indicador de qualidade é seu sucesso em fomentar consumo – prepondera sem o mínimo limite" (2003, p. 11). Destacava a subordinação dos telespectadores aos conteúdos veiculados: "o sujeito constitui-se como prisioneiro do imaginário que a TV põe em circulação" (2003, p. 10). Para ele, a abrangência

da televisão no Brasil é "desproporcional" (2003, p. 10) <sup>130</sup> e, citando uma pesquisa realizada pelo Instituto Marplan Brasil, lança mão de porcentagens a respeito do tempo despendido com a televisão para traduzir a relação de subordinação que os brasileiros estabeleceriam com esse meio: "98% da população brasileira entre 10 e 98 anos veem TV pelo menos uma vez por semana e, sozinha, a TV atrai duas vezes mais público do que todos os meios impressos, aí computados também os livro, além de jornais e revistas" (2003, p. 9-10).

Bucci chamava a atenção para aspectos que não podiam ser ignorados quando se trata de estudar a televisão comercial brasileira. Entretanto, o foco da presente análise sublinha uma dimensão não vislumbrada nas referidas reflexões: a das pessoas comuns que ajudam na produção das emissões, ou, dito de outro modo, os significados para aqueles cuja contribuição é compartilhar suas histórias no ar. Devido a esse foco, a reflexão de Bergamo é particularmente interessante, pois coloca uma questão que orienta a análise aqui realizada. Suas palavras são retomadas a seguir, numa longa citação, quando ele anuncia um "conflito" presente nos programas de auditório, que sua pesquisa não tinha a intenção de enfrentar: o "puro show de sensacionalismo" atribuído à atuação dos convidados no palco (ou, em outros termos, a falta de sentido para esse tipo de participação aos olhos de um espectador) *versus* o significado dado pelos próprios convidados.

Quando acompanhava pela primeira vez, na plateia, a gravação de um programa de auditório que se caracterizava "pela exposição pública dos dramas pessoais e familiares das

Λ

<sup>130</sup> Seguindo a argumentação do autor, referindo-se ao ano 2000, "em números aproximados, há cerca de 40 milhões de lares com televisão no Brasil, o que corresponde a quase 90% do total. Isso, para uma população que lê pouco, dá à TV uma condição de monopólio da informação, ou seja, a TV monologa sem que outros meios lhe façam contraponto. Publicam-se, por ano, no Brasil, menos de três exemplares de revistas por habitante (na França, só para comparar, esse número é da ordem de 40, segundo as estatísticas da Fédéracion International de la Presse Périodique). Todos os jornais diários somados, que cresceram em circulação na última década, tiveram uma vendagem em 1999, de acordo com a Associação Nacional de Jornais, de 7,2 milhões de exemplares por dia (somadas aí bancas e assinaturas). O que é pouco se se leva em conta o tamanho da população, que supera os 160 milhões de habitantes" (2003, p. 10). Ao se atualizarem alguns desses números, de acordo com o Censo de 2010, houve uma expansão dos domicílios com aparelhos televisores, chegando a 95,1% deles (Disponível em: <a href="http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2012-04-27/ibge-pela-1-vez-domicilios-brasileiros-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tv-e-domicilios-tem-mais-tw-e-domicilios-tem-mais-tw-e-domicilios-tem-mais-tw-e-domicilios-tem-mais-tw-e-domicilios-tem-mais-tw-e-domicilios-tem-mais-tw-e-domicilios-tem-mais-tw-e-domicilios-tem-mais-tw-e-domicilios-tem-mais-tw-e-domicilios-tem-mais-tw-e-domicilios-tem-mais-tw-e-domicilio-domicilio-domicilio-domicilio-domicilio-domicilio-domicilio-domicilio-domici geladeira-d.html>. Acesso em: 20/12/2012). Também em relação à vendagem dos jornais diários, em 2010, foram 8,3 milhões de exemplares por dia (Disponível em: <a href="http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-">http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-</a> no-brasil/circulacao-diaria/>. Acesso em: 20/12/2012). No entanto, a proporção continua pequena se o tamanho da população for considerado: no Censo de 2010, somos mais de 190,7 milhões de habitantes (Disponível em: <a href="http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm">http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm</a>. Acesso em: 20/12/2012).

<sup>131</sup> Ainda que não seja uma intenção explícita da televisão comercial, foi mostrado no capítulo anterior que a produção de algumas de suas emissões (foi feita referência especialmente aos programas de auditório) gera uma sociabilidade intensa para o grupo social que a auxilia — informalmente, isto é, à margem do aparato legal que rege as contratações de trabalho. E as pessoas não só ajudam a produzir, como também consomem essas produções. Elas e seu círculo de familiares, vizinhos e amigos veem. Trata-se de um vínculo ambíguo, porque, ao mesmo tempo em que gera, em alguma medida, lucro para as emissoras, essas pessoas não se sentem exploradas ao ganhar em retribuição momentos de divertimento, alimentos, prêmios, materiais e simbólicos, de diversos tipos.

pessoas", e cuja intenção explicitada era "resolver, ao vivo, uma série de desavenças e de brigas familiares" (2005, p. 167), Bergamo assistiu sem compreender à seguinte cena:

Naquele dia estava lá uma mulher que, no palco, apresentou-se de máscara. Não queria ser reconhecida. Vinha reclamar da falta de cuidado e das agressões promovidas pelo pai de seu filho. Enquanto ela falava, uma música de suspense a acompanhava e ia aumentando na medida em que ela ficava mais emocionada. A música tinha a clara intenção de conferir ou, mesmo, duplicar o caráter dramático de seu depoimento. A música, a máscara, a reclamação pelas agressões feitas ali, e não no Fórum competente, o close da câmera para mostrar seu choro, ainda que coberto, tudo isso me fez pensar que estava diante de nada mais que um puro show de sensacionalismo. Colaborava para essa minha conclusão o próprio apresentador do programa, que tentava, visivelmente, conferir um caráter mais sensacionalista ainda aos dramas daquela mulher (2005, p. 167).

Como iria entrevistar o diretor de outro programa, aproveitou o intervalo da gravação para deixar a plateia:

Sentia-me incomodado com o programa a que estava assistindo, de forma que foi um alívio saber que tinha um outro compromisso àquela mesma hora. Embora soubesse também que, se eu quisesse continuar minha pesquisa, teria que retornar ali mais vezes. Para ir ao encontro marcado, precisei passar por trás do palco do programa a que estava assistindo do auditório. Ali atrás estava a mulher que fôra fazer seu apelo, agora sem máscara, ao lado de sua mãe, que a acompanhava. Chorava muito. Sua mãe a abraçava e a consolava: 'Calma, filha, o pior já passou. Você conseguiu. Vai dar tudo certo, você vai ver'. Ao ver aquela mulher ali, chorando, uma coisa ficou muito clara para mim: eu não havia entendido nada do que estava acontecendo, absolutamente nada. Meu incômodo com todo aquele show, que na minha opinião não passava de sensacionalismo, não me permitiu perceber o significado que ele poderia ter para aquelas pessoas. Aquele programa não tinha a mesma dimensão para mim e para elas, que iam ao programa porque haviam decidido que a melhor coisa a fazer seria exporem publicamente seus dramas. Sensacionalismo, conclui, então, era o termo menos apropriado para aquilo que, no fundo, eu não era capaz de compreender, como ainda não sou. Continuo ignorando qual a dimensão que esses programas, assim como a televisão em geral, tem para essas e outras pessoas.

No entanto, ali estavam os aspectos mais relevantes para que eu pudesse compreendê-los. O conflito entre a minha suspeita de sensacionalismo e a significação que esses programas possam ter para seu público só poderia ganhar certa materialidade ali. Fora dali, e distante daquela mulher que decidira expor seus dramas em público na esperança de que fossem solucionados, as certezas que eu tinha de que aquilo não mereceria outro nome, que não sensacionalismo, jamais seriam abaladas (2005, p. 167-168).

Para o sociólogo, aos que estão distantes da produção, a percepção de sensacionalismo, de exploração do drama alheio e de exposição da intimidade, em nome da audiência, sobressaem diante de outras significações possíveis para aquela interação.

Este capítulo visa dimensionar alguns sentidos que esses programas possuem, e, em alguma medida, a própria televisão tem, aos convidados do palco. Com razão, Bergamo afirma que a chave para a compreensão do "conflito" – a "suspeita de sensacionalismo" *versus* significação atribuída pelos envolvidos –, está "ali", no próprio palco, ou, na trama de relações que os envolvem na produção desse show televisivo.

## Sentidos da participação no palco

Vera França e seu grupo de pesquisa, em *Narrativas Televisivas*, discutem algumas versões desses programas – nomeados por eles de "populares" –, baseados na exposição da "vida real" e na participação de pessoas desconhecidas, que apareceram na grade da programação brasileira, sobretudo, na segunda metade dos anos 1990. <sup>132</sup>

Embora abarquem variados gêneros e formatos, tais "programas populares", com temas da "realidade das classes populares" (2006, p. 41), particularizam-se por apresentar como protagonistas "pessoas comuns", em oposição a emissões que trariam "pessoas famosas" (artistas, cantores, esportistas, políticos, empresários); por mostrar "fatos da vida privada" por meio de depoimentos, imagens da casa das pessoas e seu entorno, gravações com câmeras escondidas; por exibir "fatos reais", com "inserções ao vivo ou gravações de rua, fora dos estúdios" (ARAÚJO, 2006, p. 48-49). <sup>133</sup>

A intenção desses programas, segundo Araújo, é:

[...] trazer à tona uma dimensão não conhecida, não fabricada, não intencionalmente demonstrada pelos praticantes de ações no espaço da TV. A atração desses programas é trazer aquilo que não é ensaiado, não é combinado – é a espontaneidade, o "real", aquilo tal qual existe no mundo (2006, p. 64).

Faltam elementos ao grupo de França, ao enfocarem os episódios, para que se possam matizar o processo de produção e, assim, perceber como "aquilo que não é ensaiado, não é combinado" é também construído – conjuntamente –, na interação entre equipe de produção, "garotas de programa" e convidados. Não se trata simplesmente de "puro show de sensacionalismo", nos termos de Bergamo, numa completa manipulação dos convidados pela equipe de produção, tampouco de exibição do "real" e do espontâneo, quando as significações para os convidados extrapolariam as intenções dos produtores e da própria emissora. Há uma interação negociada entre os envolvidos.

Segundo França, "podemos identificar o seu surgimento nas emissoras de menor expressão de audiência, em programas precursores notadamente veiculados pelo SBT, como *O povo na TV*, *O homem de sapato branco*, ainda na década de 1980, e, no início dos anos 1990, o telejornal *Aqui Agora*, além de programas veiculados por outras emissoras, como o *Programa de Silvia Poppovic* (Bandeirantes), o *Note e anote* (Record). Esta tendência ganhou força e permeou inclusive o padrão Globo de qualidade, expressando-se em programas de auditório, como o *Domingão do Faustão*, ou em dramatizações jornalísticas , como o *Linha Direta* (FRANÇA, 2006, p. 7-8). São objetos empíricos de sua reflexão algumas emissões veiculadas, no ano de 2001, pelas quatro principais emissoras do país (Globo, SBT, Bandeirantes, Record): *Domingão do Faustão* e *Linha Direta*; *Topa Tudo por Dinheiro* e *Programa do Ratinho*; *Hora da Verdade* e *Brasil Urgente*; *Programa Raul Gil* e *Cidade Alerta*; entre outros.

<sup>&</sup>lt;sup>133</sup> Esses três aspectos também são apontados por Ehrenberg e Chambat na introdução do dossiê organizado por eles, na revista *Esprit*, acerca dos *reality shows* (cf. 1993, p. 8).

A análise do conteúdo das emissões – algumas delas já saíram do ar, outras permaneceram, outras ainda foram criadas posteriormente, como é o caso dos programas aqui estudados –, feita isoladamente, não permite, portanto, deslindar os sentidos que a participação pode ter segundo os seus próprios protagonistas.

Para a pesquisadora e seu grupo, "não é possível (tampouco necessário) precisar as razões que os levam a estar ali, muitas vezes numa posição de chacota (ganho material, quinze minutos de fama?)" (2006, p. 146). Parece-lhes mais "relevante" tanto supor ser uma "escolha" o consentimento dos convidados que, de alguma maneira, têm "uma dose de satisfação", como considerar a discrepância entre o "desempenho concreto" dessas pessoas e o esperado pela produção enquanto "deslizes, ruídos e incongruências", isto é, elas não teriam sua atuação aprisionada pelo modelo evocado na fala do apresentador, nas vinhetas, na música de fundo (p. 147). Esse "desempenho efetivo" mostraria, ainda que "de forma cínica, sarcástica, mas também pungente", "a dor do outro", "um povo e uma realidade que estão muito além da TV" (p. 148).

França e seu grupo sugerem uma dinâmica e uma interação entre produtores e convidados que sua análise não consegue sustentar, por não abarcar outras esferas – a casa, o camarim, a coxia e o palco – além de aquele veiculado pela televisão. Em outras palavras, por não considerar o sistema de produção dessas histórias pessoais. Ademais, embora suponha que a participação gere satisfação entre os convidados, esse grupo não a qualifica. <sup>134</sup> Dominique Mehl, acerca da "televisão da intimidade", fez um exercício de compreensão – a partir de entrevistas com convidados – das emissões francesas com uma temática semelhante aos programas brasileiros aqui estudados. Trata-se de produções do início dos 1990, nas quais pessoas comuns conversavam com psicólogos acerca de conflitos pessoais e problemas familiares.

Mehl analisa o conteúdo de algumas emissões, bem como faz entrevistas com convidados, apresentadores e "especialistas psi" desses programas. Para ela, embora esses profissionais não tivessem a intenção de cumprir uma função terapêutica, forneceriam um

Com um

<sup>134</sup> Com uma interpretação semelhante à do grupo de França, Carmen Lígia Torres analisa uma série de nove programas de auditório do horário nobre, veiculados por diferentes emissoras no ano de 2003. Torres estuda o conteúdo dessas emissões assim como sua recepção, por meio de um grupo focal, a fim de comprovar que esse tipo de emissão "representa perfeitamente *a conquista* de espaço do telespectador nos meios de comunicação. Simboliza, além disso, *a resistência* da cultura popular dentro da cultura massiva" (TORRES, 2004, p. 10, grifos nossos). Em outro trecho, reafirma: "ao levar o povo para a TV, ou seja, ao mostrar casos reias de necessitados, de desajustados, de carências sociais e econômicas, esses programas de auditório devolvem a esse público um direito seu, de ocupar um espaço social que lhes é negado pela classe dominante" (p. 211). Sua análise, por não abarcar a trama de relações implicadas na produção desses programas, acaba por mitigar a negociação entre os diferentes agentes sociais envolvidos na produção.

espaço de escuta e de catarse aos participantes, um espaço para o diálogo quando ele já não mais acontecia entre os convidados envolvidos. Desse modo, a televisão se colocaria como uma possibilidade de se reatar um diálogo interrompido (em casa). Na sociedade francesa, segundo Mehl, a televisão contribuiria com um movimento "de extensão e diversificação da abordagem psi" (1996, p. 102, tradução nossa). <sup>135</sup>

O sociólogo francês Alain Ehrenberg compartilha tal perspectiva: esses programas de TV, na França, "fornecem as referências para gerir com competência as contradições da identidade entre aqueles que são desprovidos por seu pertencimento social e por seus itinerários escolares e profissionais" (1993, p. 27, tradução nossa). Em outro trecho continua, dizendo que essa televisão:

integra a cultura terapêutica amplamente divulgada em nossa sociedade e que tem lugar na longa história do aconselhamento promovido pelos profissionais da psicologia e do inconsciente. Essa cultura terapêutica foi assumida há muito tempo por revistas – sobretudo, femininas – obras especializadas [...], depois o rádio [...]. Essa enumeração de suportes forneceram modelos para saber lidar bem com as dificuldades da vida (p. 31-32, tradução nossa). <sup>136</sup>

As interpretações de Mehl e Ehrenberg são semelhantes à análise de Illouz (2008; 2011) para os Estados Unidos. Esta última também identifica, como mencionado anteriormente, a divulgação do discurso terapêutico por diferentes indústrias culturais, entre elas, a televisiva.

Essas análises ressaltam contrastes em relação à configuração social brasileira: em que medida é possível afirmar que o discurso terapêutico é "amplamente divulgado" aqui? Faz mais sentido pensar, considerando o contexto brasileiro, que esse discurso assume versões diferentes de acordo com seu suporte – numa intricada negociação, *grosso modo*, entre produtores e consumidores. Quais os grupos sociais que consomem esse discurso (ou melhor, versões desse discurso), que circula em diferentes indústrias culturais?

<sup>136</sup> Os dois trechos citados foram: "[...] fournissent des références pour gérér avec compétence les contradictions de l'identié à ceux qui en sont démunis par leur appartenance sociale et leurs itinéraires scolaires et profissionnels" (p. 27) e "elle intègre une culture thérapeutique largement répandue dans notre société et prend sa place dans la longue histoire du conseil de vie promue par les profissionnels de la psychologie et de l'inconscient. Cette culture thérapeutique était prise en charge depuis longtemps par des magazines – surtout féminins –, des ouvrages spécialisés [...], puis les radios [...]. Cette déclinaison de supports fournissait des modèles pour bien savoir se conduire dans les difficultés de la vie" (p. 31-32).

11

Entre outras emissões, Mehl analisa as de *Bas les Masques*, *L'Amour en Danger*, *Perdu de vue*, *Témoin numéro un*, *Ça se discut*, *Mea Culpa*, Sobre esse assunto, ver especialmente o capítulo "Verbe thérapeutique". (1996, p. 65 e ss.)

<sup>&</sup>lt;sup>137</sup> Como visto no capítulo anterior, a cadeia de produção das emissões é multifacetada e não pode ser facilmente resumida entre produtores, de um lado, e consumidores, de outro, já que há uma circulação dessas pessoas. Ainda assim, para tornar explícita a argumentação, opuseram-se produtores e consumidores no sentido de haver uma fabricação coletiva e mediada desses bens culturais.

Salta aos olhos a diferença entre o público que vai às emissões francesas e aquele das emissões televisivas brasileiras. Vera França os conceitua de "programas populares", associando as "pessoas comuns" – no sentido de "populações de baixa renda e precárias condições de vida" (2006, p. 7) –, que vão ao palco, àquelas pertencentes às "classes populares". Já esses programas do hexágono constituiriam, para Eric Macé, "a televisão do pobre" (1992), produzido para (e consumido pelas) "classes populares", ou seja, grupos que experienciaram "uma exclusão e uma não participação social". Mesmo que esses autores nomeiem os integrantes de ambos os conjuntos de programas como provenientes das "classes populares", é difícil estabelecer uma comparação diretamente, sendo necessário construir mediações para aproximá-los. Não se trata evidentemente da mesma experiência social pertencer às "classes populares" brasileiras ou às "classes populares" francesas.

Macé ressalva, contudo, que "popular" estaria relacionado à "experiência de uma relação de exclusão e de uma não participação social" (1992, p. 174, tradução nossa e grifo do autor). <sup>138</sup> Nesse sentido, uma aproximação entre os dois grupos talvez fosse possível, na medida em que ocupariam posições homólogas na estrutura das duas sociedades: compartilhariam uma experiência homóloga de exclusão e de não participação numa certa esfera social, ou seja, num grupo social para o qual o discurso terapêutico seria legítimo enquanto um *habitus* legítimo, predispondo a um estilo afetivo e um senso prático àqueles com competências afetivas elevadas (tal como o grupo social consumidor do programa do Dr. Gikovate).

Em "La télévision du pauvre", o sociólogo analisa o público participante de emissões com jogos, veiculadas pelo canal comercial TF1, em 1992, discutindo a possibilidade de uma identificação entre o grupo que participa e aquele que assiste pela televisão. Para Macé, estudar o "público participante" permite compreender a confiança que esse grupo delega à TV, escapando dos rótulos de grupos que não têm conhecimento ou de subjugados pela indústria cultural televisiva:

o "público participante" da televisão fica contente em fazer parte de uma mídia que se assemelhe a ele, e que lhe demande ser ele mesmo, oferecendo presentes, comunidade, solidariedade, sonho, "valores". Essa proximidade da televisão é mais apreciada por ocupar um vazio – traduzido frequentemente por assistência –, deixado pelo esvaziamento de instituições de socialização e de redes de sociabilidade. De outro lado, essa relação com a televisão vai mais longe que um simples contentamento [...]. Essa relação vai até uma identificação, até uma participação ativa e voluntária, como se para essas populações consumidoras de bens

<sup>138 &</sup>quot;Populaire' [est] *l'expérience* d'un rapport d'exclusion et de non-participation sociale"

televisivos e socialmente não participantes, assistir à televisão e participar dela seria uma forma substitutiva de participação social (1992, p. 171-172, tradução nossa). <sup>139</sup>

Essa chave interpretativa formulada por Macé é pertinente para o contexto brasileiro: a televisão seria uma forma de participação social; seus integrantes teriam como recompensa o que ele chamou de "presentes, comunidade, solidariedade, sonho, 'valores'". Não se pode, contudo, estender essa afirmação para o grupo social do rádio, como será visto no próximo capítulo.

Na França, de acordo com Mehl, os programas foram veiculados por diferentes emissoras comerciais, de maior e menor prestígio; enquanto no Brasil, lembra Vera França, a veiculação foi feita primeiramente por emissoras de menor audiência e, consequentemente, de menor prestígio social. Uma segunda diferença estaria na apresentação dos temas: embora fossem semelhantes – por exemplo, uma revelação (um rapaz que conta à família de sua homossexualidade, ou uma mulher que conta ao namorado que é uma profissional do sexo), ou uma desavença (entre um casal) –, o modo como os convidados franceses se expressam, no domínio da língua materna, é muito diferente dos brasileiros. Seria possível afirmar que, em alguns casos, os convidados franceses estão mais próximos ao público que frequenta as gravações de *No Divã do Gikovate*, em termos de escolaridade e inserção no mercado formal de trabalho, por exemplo, do que o público dos "programas populares" na grade de programação brasileira. 140

Ademais, o tempo dedicado à expressão dos convidados é muito diferente: Mehl refere-se a gravações, naquela época, de cinco a seis horas de duração, nas quais as pessoas tinham tempo para contar suas histórias, retomar ideias, hesitar, silenciar, na interação com o apresentador, o psicólogo e outros convidados. Já os telespectadores assistiam à edição desse material: um episódio de aproximadamente uma hora. Diferentemente do que acontece nas

<sup>&</sup>lt;sup>139</sup> "Le 'public participant' de la télévision est ravi de participer à un média qui lui ressemble, et qui, tout en ne lui demandant rien d'autre que d'être lui-même, lui offre des cadeaux, de la communauté, de la solidarité, du rêve, des 'valeurs'. Cette proximité de la télévision est d'autant appréciée qu'elle occupe le vide – bien souvent traduit par la solitude – laissé par l'éclatement des institutions de socialisation et des réseaux de sociabilité. D'autre part, cette relation à la télévision va plus loin qu'un simple ravissement [...]. Cette relation va en effet jusqu'à l'identification, jusqu'à la participation active et voluntaire, comme si pour ces populations d'autant plus consommatrices de télévision qu'elles sont socialment non participantes, regarder/participer à la télévision était une forme substitutive de participations sociale, [...]".

<sup>&</sup>lt;sup>140</sup> Essa aproximação também poderia ser feita nos termos da "competência afetiva", segundo Eva Illouz, no sentido de serem os grupos sociais mais psicologizados em relação àqueles da TV brasileira. No próximo capítulo, dedicado aos participantes de *No Divã do Gikovate*, esse tema é recuperado.

emissoras brasileiras atualmente (mesmo no início dos anos 2000, período estudado por Vera França e seu grupo), quando as gravações duram de quarenta minutos à uma hora. <sup>141</sup>

Há, por fim, um tom diverso nos programas: percebe-se uma seriedade e consideração, por parte do animador e do especialista, em relação à fala do convidado nas emissões francesas, enquanto no programa apresentado por Christina Rocha, por exemplo, o humor predomina, sendo frequentes piadas de duplo sentido.

Apesar de existirem diferenças, pode-se afirmar que os programas de televisão e de rádio aqui estudados possuem uma semelhança temática em relação às emissões investigadas por Mehl e Ehrenberg; em alguma medida também seriam "suportes" dessa "cultura psi" produzidos pela indústria cultural e destinados a grupos sociais específicos.

O psicanalista argentino Hugo Vezzetti teceu igualmente, no início dos anos 1990, uma reflexão acerca desses programas veiculados em seu país. 142 Ele tratou das condições e dos traços que caracterizariam a emergência da subjetividade como espetáculo em algumas expressões da "nova televisão", ou seja, aquela cujos programas introduziriam o espectador no cenário televisivo. Naquele contexto, esse formato chamaria a atenção para os dramas cotidianos dos sujeitos e empregaria de modo mais ou menos explícito o arsenal terapêutico da psicologia. A participação de um menino em *Hora Clave* 143 sintetizaria, segundo Vezzetti, tais características. O jovem contou no ar que tinha perdido um amigo, assassinado por um matador de aluguel a mando de um caudilho político. O programa não fez uma investigação política ou jornalística do caso – não forneceu informações ou prestou esclarecimentos para o telespectador acerca de um fato político e público –, porém revelou um "drama [privado] diretamente vivenciado com dor e aflição" (1993, p. 23). O menino não foi tratado como uma testemunha para um inquérito policial ou da justiça, contudo era um "irmão na desgraça" (p. 23). A montagem do programa não provocaria um distanciamento da situação narrada; ao contrário, a lógica do melodrama operava suscitando a identificação: *quem é que nunca* 

<sup>&</sup>lt;sup>141</sup> Há uma diferença significativa no que diz respeito à produção: o tempo da gravação. Os programas franceses também não eram transmitidos ao vivo, sendo gravados e editados. No entanto, para cada episódio eram feitas, como mencionado acima, de cinco ou seis horas de gravação, que, depois de editadas, eram reduzidas para uma hora. Mesmo com a edição, chama a atenção de um telespectador habituado às emissões brasileiras a troca entre participantes e apresentador e/ou especialista. Um modo de privilegiar o diálogo que a produção na televisão francesa permitia naquele contexto.

<sup>&</sup>lt;sup>142</sup> Agradeço ao Dimitri Pinheiro a indicação deste texto.

<sup>&</sup>lt;sup>143</sup> No ar desde 1989, esse programa apresentado pelo jornalista Mariano Grondona era transmitido por um canal aberto à época do artigo. Atualmente é veiculado por um canal pago, nas noites de domingo.

*perdeu um ente querido?* As fronteiras sociais e simbólicas entre apresentador, telespectador, menino, foram, para Vezzetti, nubladas. <sup>144</sup>

O psicanalista argentino destacou uma mudança do sujeito televisivo, já apontada anteriormente: ele é uma pessoa "comum" – e não um ator – que (re)apresenta sua própria história. Esse formato suscitaria um "efeito de verdade", já que é a própria pessoa quem narra sua história, bem como uma "vontade de autenticidade", pelo fato de um participante ser escolhido entre várias pessoas pela produção, deixando, desse modo, de ser anônimo e tendo a oportunidade de ganhar reconhecimento público. 145

O reconhecimento advindo da visibilidade dos dramas é percebido por alguns participantes como uma função desse tipo de bem cultural. Fernando, convidado de 27 anos que integrou o episódio "Ele precisa de uma profissão", junto com a sua companheira e a sogra, afirmou que *Casos de Família* era feito para "o público que não [...] tem muita opção de se expressar" (entrevista, 11/12/09). Ele, que tinha completado o Ensino Médio e fazia bicos na área da construção civil, considerava a emissão do SBT como um espaço possível para "essas pessoas" se manifestarem, a fim de "encontrar uma autoajuda. Ver se alguém os escuta. 'Vamos dar uma oportunidade'. 'Vamos ver aí o que a pessoa precisa desabafar'. 'Vamos ver o que elas têm para falar'" (FERNANDO, entrevista, 11/12/09). Esse programa reconheceria, portanto, na visão de alguns convidados, o direito dessas pessoas a uma voz e existência pública. 146

Beatriz Sarlo comenta outro aspecto da "nova televisão", chamada por ela de "interativa", ao descrever uma emissão jornalística de um canal estatal argentino. Um homem, supostamente depois de matar outro, vai a um programa de televisão confessar o ocorrido – e não a uma delegacia. Para ela, "um estúdio de TV parece mais seguro, mais acessível e à altura do protagonista do que as instituições" (1997, p. 70). O homem confia na televisão para revelar seu ato, e não na polícia. 147

.

<sup>&</sup>lt;sup>144</sup> Vale ressaltar o mesmo funcionamento de *Casos de Família*: a emissão, da mesma forma, aciona a lógica do melodrama. Quando a apresentadora e a psicóloga dizem que o programa trata dos problemas da família brasileira (cf. mencionado na p. 56), tentam fazer com que os telespectadores se identifiquem com eles.

<sup>&</sup>lt;sup>145</sup> Uma discussão sobre a autenticidade como um traço desses programas, em relação à verossimilhança, é feita por Ehrenberg em "La vie en direct ou les shows de l'authenticité" (1993, p. 13-35).

<sup>&</sup>lt;sup>146</sup> Essa função implícita é também reafirmada pela psicóloga Dra. Anahy D'Amico, quando diz que os convidados "vão ser ouvidos" (cf. p. 57). No entanto, mais do que um desabafo ou ainda uma catarse, essas pessoas, com as falas, almejam alterações concretas em suas vidas, concebendo para a televisão funções que seriam do Estado brasileiro. Essa discussão será feita a seguir.

<sup>&</sup>lt;sup>147</sup> Numa quinta-feira de outubro de 2012, foi noticiado na Rádio CBN que, em São Paulo, assaltantes de uma casa na Zona Oeste chamaram advogados, familiares e também a mídia antes de se renderem à polícia. A reportagem ressaltou justamente o papel mídia: ao dar visibilidade para o caso, poderia trazer segurança aos rendidos.

### Diz a ensaísta:

O público recorre à televisão para alcançar aquelas coisas que as instituições não garantem: justiça, indenizações, atenção. É difícil afirmar que a televisão seja mais eficaz do que as instituições para assegurar essas demandas, mas sem dúvida parece ser, uma vez que não precisa ater-se a adiamentos, prazos, procedimentos formais que retardem ou transfiram as soluções (SARLO, 1997, p. 77-78).

Essa análise é também pertinente a essas emissões da televisão brasileira contemporânea. O grupo social que participa de *Casos de Família* busca, entre outros motivos, transformações sociais, pois trariam alterações estruturais à configuração social na qual esse grupo está inserido.

Sarlo afirma ainda que a televisão oferece um repertório comum aos seus telespectadores. Em suas palavras, trata-se da "permanente ampliação niveladora da referência, produzida nos espectadores pela crença de que todos somos, potencialmente, objetos e sujeitos que podem entrar no ar" (p. 70). Há um limite, no entanto, em relação às emissões brasileiras, para o que Sarlo chama de permanente ampliação de um repertório comum: é certo grupo social, como se tem tentado construir aqui, envolvido com a produção e o consumo desses formatos televisivos.

Esses traços apontados nas análises de Sarlo e Vezzetti acerca da TV argentina do início dos anos 1990 – justiça, reconhecimento público, indenização, referência – são fios que compõem uma trama de significados encontrados também entre os convidados de *Casos de Família*.

São vários os motivos que mobilizam as pessoas a integrar uma emissão. Destacam-se, a seguir, os mais relevantes. São eles: receber o cachê propriamente dito, ou seja, a pessoa aceita contar publicamente sua história visando os R\$ 80; proferir uma mensagem particular, a emissão é usada pelo convidado para se dirigir a uma pessoa em especial (que não está no palco); legitimar-se, isto é, o convidado almeja ter seu comportamento ou fala aprovados pela plateia e pelos profissionais (apresentadora e psicólogo); transmitir uma mensagem coletiva, quando a história particular é de interesse público e o convidado se dirige ao grande público; demandar uma mudança por meio da visibilidade dada ao "caso" apresentado; inserir-se no mundo artístico-televisivo, sendo o programa mais uma atividade a ser realizada em busca de oportunidades nesse campo de atuação. Esses motivos não aparecem isolados na fala dos entrevistados. São, porém, apresentados separadamente, para que mais facilmente se explicite a argumentação aqui desenvolvida.

### R\$ 80, o cachê

Investigando as motivações dos convidados do palco a partir de uma abordagem semelhante à empreendida aqui — ou seja, analisando os conteúdos das emissões e entrevistando posteriormente seus respectivos convidados —, Dominique Mehl (1996) não encontra como justificativa, simplesmente, a remuneração. Contrariamente, receber um pagamento é uma das justificativas mais fortes para o público brasileiro dessas emissões. Pode-se compreender tal característica por se tratar de um grupo social com uma inserção precária no mercado de trabalho, baixo rendimento, e instabilidade nos empregos.

Parte significativa dos convidados da emissão do SBT busca os R\$ 80. Produtores, caravanistas e contatos reforçam essa imagem daqueles que contam suas histórias. Neide é uma delas:

Pelo pouco tempo que eu tenho de Casos de Família, eu diria que a maioria é dinheiro. É dinheiro mesmo. 'quanto é que ganha? É só isso? Mas a gente vai, é oitenta meu, oitenta dela'. É por causa disso. [...] Eles precisam. Mais são pessoas que estão mal mesmo, estão precisando [de dinheiro], porque as outras não vão. São pessoas que estão precisando. A maioria das histórias é porque está precisando. Já levei dois catadores de papelão. Eles estavam precisando mesmo. Senão não iriam. Nenhum aqui da minha rua vai, mas nem pensar. Não quer se expor. Tem muitas histórias aqui, mas nenhum vai. Muitos aqui que dariam para entrar no tema, dariam para ir, mas não vão. [Dizem:]'ah Neide, não vou não. Não vou me expor' (NEIDE, entrevista, 25/1/2011).

Clara, integrante da mesma caravana que Neide, afirma algo semelhante ao tentar definir quem participa:

Aqueles que não sabem bem o que vai acontecer, vão ali pelo impulso do dinheiro. É pouco, mas na hora é bem vindo. Se você vir, a maioria está necessitada. Que não tem um padrão, razoável, para o sustento do dia a dia. Essas pessoas vão mais pelo dinheiro, pelo pouco que vão pagar (CLARA, entrevista, 25/2/2011).

Vale sublinhar que a abordagem empírica concebida por Mehl não permite saber se os convidados de *Bas les Masques*, entre outras emissões francesas por ela estudadas, são remunerados por seus depoimentos. Entretanto, o cachê não parecia ser um motivo relevante àquele público. 148

Há algumas distinções a serem apontadas no interior do grupo social que vai ao palco de *Casos de Família*: há aqueles que não possuem vínculos com as emissoras, não são contatos e tampouco integram as caravanas, e há aqueles que possuem. Quanto aos primeiros, poder-se-ia afirmar que alimentam o sistema de produção das emissões, integrando-o

<sup>&</sup>lt;sup>148</sup> Tampouco conhecer a emissora ou a possibilidade de ver artistas, motivos também citados pelo público brasileiro.

momentaneamente. Eles entram uma vez nesse sistema e não voltam mais a integrá-lo. Para essas pessoas, o cachê é fundamental no seu convencimento. Já aqueles que possuem algum vínculo, ou com as caravanas e ou com as contatos, a importância do cachê é mitigada. Essas últimas são pessoas inseridas numa rede de solidariedade proporcionada por esse sistema de produção da televisão.

## Mensagem particular - vingança

Falar de um assunto pessoal ou familiar publicamente, com o intuito de se dirigir a um espectador particular. A esse tipo de motivação, Mehl nomeia "mensagem particular": "a televisão é utilizada como meio de acesso a um próximo. O uso com finalidade privada se sobrepõe ao com finalidade pública. Ela serve de suporte à mensagem particular" (1996, p. 39, tradução nossa). Em *Casos de Família*, uma "mensagem particular" foi dirigida a um ex-marido, na tarde de seis de agosto de 2009: Neide, ao participar de "Você precisa parar em casa", queria mostrar a ele que estava bem depois da separação. Antes de se tornar contato do SBT, a integrante de caravana contou seu "caso" a Christina Rocha e ao grande público, junto com seu irmão e duas amigas.

O irmão iria reclamar no palco que ela saía demais com as amigas – depois de sua separação – e não se ocupava mais de suas obrigações como mãe. Ela sobrecarregaria sua própria mãe, ao deixar os netos sob seus cuidados. Já a amiga Felícia defenderia o comportamento de Neide, pois julgava que a amiga precisava se divertir. Uma segunda amiga e vizinha, Carla, ora ficaria a favor, ora contra Neide. Esse seria o esquema a ser apresentado no ar.

Para justificar sua participação nesse "caso", Neide contou as mudanças em sua vida depois da separação:

Neide - Depois que eu me separei, eu me vesti de outro jeito, eu não me visto como antes. Sou irreconhecível mesmo. A cor de cabelo, tiro sobrancelha, que antes eu não tirava. Então, fui ao programa para falar que eu vou para a balada agora. Que eu não quero saber mais de filhos, de netos, eu já vivi a minha vida todinha para eles. Agora estou pensando em mim. Passei em psicólogo e psiquiatra. Então, eles falaram para mim que era para eu viver a minha vida e fazer o que eu gosto. Então eu comecei a ir a baile, a frequentar baile da terceira idade, sozinha, sem ninguém.

<sup>&</sup>lt;sup>149</sup> « Le tube cathodique est utilisé comme um moyen d'acèss à un proche. L'usage à des fins privées l'emporte sur l'usage à des fins publiques. Le petit écran sert, dès lors, de support à un message personnel ».

Eu ia, não conhecia as minhas colegas ainda. Não tinha conhecimento dela direto [referindo-se a Raimunda].

Há quanto tempo isso?

Neide - Que eu estou separada? Cinco anos. Seis anos, seis anos já. Eu comecei a frequentar lugares, principalmente de final de semana. Eu ia no sábado, não ia de quinta, sexta...

E você disse que passou no psicólogo?

Raimunda - É que ela entrou em depressão.

Neide - A minha história é longa! [risos] (NEIDE, RAIMUNDA, JÉSSICA, entrevista, 25/1/2011).

Neide e o marido se separaram depois de um grande desentendimento: ele não aceitou a gravidez da filha solteira e adolescente. Para continuarem juntos exigia que Neide rompesse com a filha. Depois do nascimento do neto, Neide, sua filha e o recém-nascido passaram a morar na casa de sua sogra. Dois anos depois, ela mudou-se com os três filhos e o neto para outra casa.

Quando disse 'vou embora', ele perguntou se eu iria mesmo – ele é policial –, ele disse 'vai, você está gorda mesmo, ninguém vai te querer. Você está gorda e feia, ninguém te quer'. Pus isso na minha cabeça, ninguém vai me querer. Mas peguei e fui. Ele não acreditou que eu iria. Peguei os meus filhos e fui. Eles já estavam todos grandes. Peguei meus filhos e disse 'vamos embora caçar um lugar'. Achei uma casa e aluguei, já estava planejando. Nisso eu comecei a esquecer as coisas. A atravessar farol, farol vermelho para mim e eu não me identificava como carro ou eu. Sabe? Não sei se você entende o que eu estou falando? Eu atravessava. [...] Conforme eu estava com alguém, com a minha filha ou com uma colega, ela falava 'Neide?', daí viram que eu não estava legal. Aquilo para a minha cabeça era muito: três filhos, aluguel para pagar (NEIDE, RAIMUNDA, JÉSSICA, entrevista, 25/1/2011).

Foi sua amiga Felícia que a levou a um psicólogo. Em suas conversas com esse psicólogo e com profissionais do programa (nas entrevistas que antecederam a gravação), Neide "contou sua vida":

Eu contei a minha vida todinha para eles, o que contei para vocês foi só um trecho. Eles falaram para eu fazer o que eu gostasse, 'seus filhos já estão grandes', nunca deixei meus filhos com ninguém para eu sair. Criei meus filhos, tudinho. Daí eu fui para o programa. Quando eu fui, eu contei para o psicólogo, porque a gente passa num teste antes de entrar. Não sei se você sabe? Daí eu contei a minha vida para eles. Eles já sabiam antes de eu gravar. Eu contei 'foi assim, assim'. Então eu resolvi sair e pensar em mim (NEIDE, RAIMUNDA, JÉSSICA, entrevista, 25/1/2011). 150

Esses especialistas lhe disseram (em sua fala aparece quase como uma autorização) para pensar em si mesma. Ela associa a sua autovalorização ao fato de já ter cumprido o que concebe como "papel de mãe" – ou seja, já ter criado os filhos, "tudinho".

Esse trecho da entrevista, em especial, permite chamar a atenção para o "modelo de comunicação", mencionado por Ehrenberg, veiculado por esse tipo de programa do qual *Casos de Família* e emissões francesas dos anos 1990 se aproximam. Ele estimula a troca entre os indivíduos em busca de uma "transparência" nas relações (cf. 1993, p. 8-9).

Ele falou que eu tinha que me gostar, tinha que me amar, tinha que me dar o valor. Aquilo foi entrando na minha cabeça. Não foi uma vez que ele falou aquilo. Toda a vez que eu ia ele falava muito bem de mim. [...] Falei agora vou cuidar de mim, pensar em mim, não porque eu me separei do meu marido eu vou galinhar, arrumar um monte de homem. Não pensei em nada disso. Em homem mesmo eu não pensei nada. [...] O meu irmão – esse que apareceu na janela – ele foi para falar de mim: 'a minha irmã não para em casa, ela não olha os netos', ele foi falar mal de mim. Eu falei 'não paro mesmo', 'eu não paro por isso, isso e isso'. Ali eu fiquei com um nó na garganta, com medo de todo o mundo [no auditório] me detonar na hora. Porque a mulherada detona. Falei 'meu deus, elas vão falar'. O quê? Elas só falaram bem de mim. A mulher pegou o microfone e falou assim 'você é linda, tem mais é que sair mesmo, se divirta'. Nossa, foi tão bom, nossa, foi tão bom o que eles falaram para mim. Foi muito bom (NEIDE, RAIMUNDA, JÉSSICA, entrevista, 25/1/2011).

Numa segunda entrevista, a convidada relembra a tomada de posição favorável do auditório: "O auditório caiu em cima dele, disse que ele tem que arrumar uma namorada e tem que parar de cuidar de mim. 'Deixa a irmã em paz, que ela já cuidou da vida dela'" (NEIDE, entrevista, 2/2/2011).

Carla, a outra integrante do caso de Neide, confirmou o receio e depois o alívio de ter o apoio do auditório:

Nós ficamos com medo de que o auditório vaiasse a gente.

Porque você falaria...

O irmão da Neide ia acusá-la de sair de casa e deixar os netos com a mãe dele. E eu ficaria em cima do muro, uma hora a favor dele, uma hora a favor dela. E tinha outra que era a favor dela. No fim, ficou todo mundo contra ele e ele contra a Neide e aí... foi muito legal. Até dançar a Christina fez a Neide dançar.

E você dançou?

Ela pôs a música e fez todo mundo dançar [risos]

E aí?

Foi legal. Foi muito legal! [risos] (CARLA, entrevista, 2/2/2011).

Neide e suas amigas se preocupavam com a reputação: mesmo separada, ela não queria ser vista como alguém que "vai galinhar" ou "tem um monte de homens". A imagem que queria transmitir é a de uma mulher de respeito e mãe responsável: cuidou dos filhos até eles "serem grandes" e só então permitiu se divertir. O auditório, majoritariamente feminino, identificou-se com a posição de Neide, opondo-se a seu irmão.

Ao participar, a protagonista do "caso" sentiu-se avaliada: "eu já fui pelo sentimento de saber quem eu sou, para saber se eu estou fazendo errado, se eu estou fazendo certo. Na minha cabeça foi isso. Eu queria saber se eu estou errada" (NEIDE, entrevista, 25/1/2011). Pela reação do auditório, sentiu-se aprovada.

O programa aparecia como um momento de reflexividade, ao lado daqueles com o seu psicólogo. Por meio de suas entrevistas à produção, e mesmo no palco (quando falou pouco),

buscava se conhecer (a partir das reações da apresentadora, do psicólogo, dos outros convidados, da plateia) e ter suas escolhas legitimadas. <sup>151</sup>

Com a visibilidade trazida pela veiculação de sua história, almejava que sua imagem chegasse ao ex-marido. Acreditava que, desse modo, poderia "vingar-se". Queria mostra-lhe que estava bem, mesmo separada:

Se vingar como?

Neide - Era uma coisa que eu tinha, eu queria que o meu marido tivesse assistido. Mas acho que ele não viu. Eu nunca mais vi a cara dele, não falo mais com ele. Eu queria que ele tivesse assistido para ver que eu mudei. Tem muita gente que fica na sarjeta, chora, eu não. Eu levantei. Então, eu queria mostrar que eu venci. O meu lado (NEIDE, RAIMUNDA, JÉSSICA, entrevista, 25/1/2011).

### Legitimação e desabafo

eu indo para as caravanas me acho legal, porque eu passei a me aceitar. As pessoas que vão às caravanas são iguais a nós, aquelas meninas são iguais a nós, não somos nada diante dos apresentadores. [...] Quem são as meninas da caravana para me questionar se o pessoal da televisão não está nem aí? Por que vai me questionar? Achar que, só porque tenho essa idade, não posso me vestir do jeito que eu gosto? Quem sabe sou eu, as pessoas de fora não interessam. Às vezes o meu ex-marido me questiona, fala muita besteira: quem fala de mim é porque quer viver o que eu vivo e não consegue. Falar de mim é fácil, quero ver ser eu (RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

Quando se conhecem as histórias de vida das convidadas, as justificativas para a participação ganham outra dimensão. Raimunda é uma senhora de meia idade, bonita, magra e, segundo suas amigas, aparenta ser mais nova. Participou do episódio "Depois da separação, você enlouqueceu" em *Casos de Família* (exibido em 30/12/2010). Era a protagonista do "caso", relatando sua vida após a separação. Junto com ela, duas amigas que a conheciam há trinta anos iriam fazer oposição ao seu "novo" comportamento, de mulher separada, e um rapaz (seu vizinho e "amigo de balada") iria defendê-la. Esse tema correspondia, em sua opinião, ao que vivia naquele momento: era criticada por sua família e amigos, também pelo círculo de colegas da caravana, por mudar seu jeito de ser com o final de seu casamento.

entrevista, 2/2/2011).

<sup>&</sup>lt;sup>151</sup> Neide afirmou ter falado pouco na gravação em relação ao processo de seleção: "Eu falei pouco, mas não porque eles não deixaram. Tinha mais gente para falar. [...] A Christina pergunta para mim, mas pergunta mais para os outros, ela quer saber dos outros. Como do meu irmão [...] Aí, eu não senti que não consegui falar, porque foi o meu irmão que contou de mim. Algumas coisas ela perguntava para mim, mas era pouco" (NEIDE,

Como Neide, Raimunda estava separada, e relatar sua nova vida publicamente era uma maneira de se por à prova.

Raimunda - Uma colega que eu conheci no dia que fui ao Celso Portiolli falou: 'ganha R\$ 80? Ah, não! Vou me mostrar por R\$ 80? Não!' Eu falei que não fiz pelo dinheiro, eu fiz porque eu gosto; é claro, vai me pagar, eu recebo, mas eu fiz por que eu queria me testar, saber se eu tinha capacidade de ir até lá, e fui.

Jéssica - Virar artista e ficar em frente às câmeras. [...]

Raimunda - Se precisar de mim, eu estou ali. Não quero nem saber. Pensei que eu fosse cantora. [risos] Eu não soube cantar, mas eu dancei [risos] (NEIDE, JÉSSICA, RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

Depois de ir ao palco, foi censurada por uma de suas colegas da caravana por ter se "mostrado" por R\$ 80. Para ela, não estava em jogo se expor, e sim testar-se, "saber se tinha capacidade" de "virar artista", ou seja, ir além do auditório como membro da caravana a fim de ganhar o palco, e ter seu comportamento aceito. Ela buscava legitimar-se, pela aceitação do auditório, da apresentadora, do psicólogo, frente à sua família e aos amigos. Ela era vista como uma mulher ousada por – aos 47 anos e mãe de quatro filhos – vestir roupas joviais, sair com amigos para dançar, consumir bebidas alcoólicas.

#### Diz Raimunda:

Eu fiz o Casos de Família porque eu queria muito que o psicólogo falasse o que ele falou. Eu fui em busca... Além da capacidade de ir para a televisão, ficar em frente às câmeras, eu queria escutar o que o psicólogo falou para mim. Eu queria escutar ele falando. E ele falou uma coisa que bateu direitinho comigo. Eu saí de lá, mesmo com a vergonha, com aquela coisarada toda, eu busquei uma coisa que eu queria escutar e encontrei. E foi muito bom (NEIDE, JÉSSICA, RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

Em outro momento da entrevista, afirma seu desejo de desabafar e também de ser aceita:

Raimunda - Como eu te falei, eu queria saber a capacidade que eu tinha...

Jéssica - E fora isso, muita crítica, né?

Raimunda - É, as pessoas me criticam muito. Então eu pensei assim, vou fazer porque as pessoas me criticam muito, só que eu não tive tempo de falar o que eu tinha vontade. Se falassem 'Raimunda, quer participar do programa e falar o que você sente realmente... O que as pessoas te criticam?' 'Quero sim.' Como hoje, a gente está conversando aqui, com a Jéssica e com a Neide, mas se você falasse que teria uma hora só para eu falar, eu iria desabafar, falar tudo o que eu sinto e tudo o que as pessoas falam de mim. Eu ia fazer isso, tudo de novo. Eu queria isso, mostrar que somos iguais a qualquer pessoa, só que as pessoas me questionam muito — a Jéssica sabe disso, não é, Jéssica? Eu queria pôr no ar os que as pessoas falam e dizer que a gente não precisa criticar ninguém, julgar ninguém. Às vezes as pessoas que me julgam e falam mal de mim, são pessoas iguais a mim.

Por que você acha que as pessoas te julgam? Porque você está separada? Ou é a maneira como você se veste?

Raimunda - Em tudo.

Jéssica - Ela é separada e mora na mesma casa que o ex-marido e, independente de morar na mesma casa, ela tem a vida dela. Ela sai, dança, brinca, bebe, usa as roupas que ela quer, independente da idade... então, as outras pessoas comentam...

Ah, entendi. É isso que as pessoas comentam...

Raimunda - [diriam para ela:] 'Você tem uma idade e não se enxerga', 'você vai para a balada e quer ser jovem'. Mas eu estou viva, não estou? Por que eu não posso fazer isso? É isso que as pessoas falam de mim. Se eu pudesse fazer uma coisa e dizer, 'eu faço e você não tem nada a ver com isso', eu faria! Mesmo para desabafar. As pessoas gostam de me criticar, e é mais a minha família.

E falar na televisão seria um jeito...

Raimunda - De desabafar!

Neide - É verdade!

Raimunda - De desabafar!

Além de mostrar o seu jeito para todo o mundo, você também queria falar com o psicólogo? Você tinha essa vontade?

Raimunda - Com certeza. Tinha. [...] Ajudou bastante do jeito que ele falou comigo. Ajudou bastante. Quando ele está falando, você sabe... Como foi que ele falou mesmo? Que eu queria chamar a atenção... Neide me ajuda aí!

Neide - Eu estou aqui lembrando o que ele falou de mim...

Jéssica - É como se você quisesse descontar no ex, o que ele te fez...

Raimunda - ...como se fosse uma vingança...

Jéssica -...só que ao invés de você o ferir, você estava se ferindo pelo que você estava fazendo.

Raimunda - Eu estava me ferindo... talvez fosse isso que eu estivesse fazendo. No começo era. Eu fazia muita coisa, eu ia para a balada, eu bebia, porque eu queria atingir o meu ex-marido. Agora eu não quero atingir, eu quero ser eu mesma. Entendeu?

Sim.

Raimunda - Claro, o psicólogo, ele sabe da capacidade de cada pessoa, não é verdade?

Jéssica - Foi a forma que ela encontrou de outra pessoa calar a boca de quem fala mal dela. A verdade é essa (NEIDE, JÉSSICA, RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

Raimunda sentia-se parte da caravana, "igual" a suas colegas; de outro lado, o "pessoal da televisão" era para ela e seu grupo uma alteridade: "não somos nada diante dos apresentadores". Se o "pessoal da televisão" não a recriminava, por que seu círculo familiar e de amizade o faria? Nos termos de Raimunda: "Quem são as meninas da caravana para me questionar se o pessoal da televisão não está nem aí?". Mesmo sem ter tido tempo, na gravação, para falar "tudo o que tinha vontade" e "tudo o que sentia", Raimunda afirmou ter conseguido desabafar e sentiu-se legitimada em suas escolhas por meio do comentário do

psicólogo. "Buscava ser ela mesma": construía-se como uma mulher separada, que saía para dançar e beber, mas era ainda respeitável moralmente. <sup>152</sup>

Quando indagada a respeito da fala do psicólogo, Raimunda não se lembrou do comentário, sendo ajudada pela sobrinha. Mesmo afirmando sua importância, foi Jéssica quem lhe recordou o que foi dito. A primeira impressão é a de que o Dr. Ildo também não concordava com seu comportamento, pois, ao "descontar no ex", ela acabava por se "ferir". No entanto, a convidada ressalta que foi vista de outra maneira por ele, diferentemente do que as amigas narravam na emissão, porque ele "sabe da capacidade de cada pessoa":

Raimunda - O psicólogo falou para mim – assiste Casos de Família que você vai ver –, 'A Raimunda não é essa pessoa que as amigas estão falando. Ela é super diferente, ela é outra pessoa, não é essa pessoa que vocês estão falando'. Às pessoas que me questionam, que falam mal de mim, eu falo 'assiste Casos de Família para ver o que o psicólogo falou'. As palavras, se a gente prestar a atenção, elas chamam muito a atenção. Isso eu admiro muito. Tem música que você gosta pelo toque da música, tem pessoas que não prestam atenção na letra e fala que não gostou, é cafona, mas não prestam atenção nisso. E eu presto atenção, observo muito. Sou uma pessoa muito observadora. [...] Eu escuto uma música, não pelo toque. Claro que tem música que é pelo toque, forró é pelo toque. Gosto de dançar. Mas mesmo dançando, eu observo a letra da música e aprendo a gostar da música por causa disso. Eu sou fã de Amado Batista. Por quê? Como é mesmo que fala? O Amado Batista é o quê?

Neide - Brega.

Raimunda - Eu gosto de música brega. Por quê? Ela me chama a atenção. Quando eu ouço, parece que eu estou vivendo, muito mais do que eu imagino. Eu presto atenção e eu sou muito observadora nesse tipo de coisa. Eu fiz, eu queria saber o que psicólogo falaria para mim, e eu gostei muito. E estavam duas amigas minhas falando mal de mim (NEIDE, JÉSSICA, RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

O psicólogo teria percebido que ela não era como diziam suas amigas. As palavras do profissional foram importantes para lhe dar legitimidade, ainda que não se lembrasse delas com exatidão poucas semanas depois de ter participado. Além disso, foram associadas às letras das músicas de Amado Batista. Ao dizer que prestava atenção nelas assim como fazia com as canções, Raimunda as aproxima, comentário e música, ou, poder-se-ia nomeá-las narrativas. Analfabeta, sem nunca ter ido à escola, porém observadora, Raimunda reparava nas narrativas apresentadas nos palcos e nas tecidas nas canções do músico goiano.

Amado Batista possui uma carreira longa, desde meados dos anos 1970, e uma de suas primeiras músicas de sucesso foi "O Fruto do Nosso Amor (Amor Perfeito)" (1978). <sup>153</sup> A

<sup>153</sup> Cf. "2010 – 35 anos de carreira". Disponível em: http://amadobatista.wordpress.com/2010/02/06/2010-35-anos-de-carreira/. Acesso em: 18/2/2013.

Destaca-se, também nesse trecho, o "modelo de comunicação" apontado por Ehrenberg (1993). Os convidados têm vontade de falar e ficam à vontade para falar "tudo", com a intenção de expressar o que sentem. No caso de Raimunda, ela não conseguiu fazer tal qual tinha imaginado, porém, mesmo assim, afirmou ter desabafado publicamente. Na entrevista, também exprimiu a vontade de tudo falar.

letra dessa canção ilustra uma narrativa, como outras de sua discografía poderiam fazer, a respeito da perda de um amor:

Amor perfeito existia entre nós dois, sem esperar que depois fosse tudo se acabar

Mas neste mundo em que o perfeito não tem vida, não merecemos querida viver juntos e amar

Nosso senhor para sempre te levou nem ao menos me deixou o fruto do nosso amor

Aquele filho seria a nossa alegria, eu senti naquele dia ser um pai, ser o Senhor

No hospital, na sala de cirurgia, pela vidraça eu via você sofrendo a sorrir

E seu sorriso aos poucos se desfazendo, então vi você morrendo sem poder me despedir

(Álbum Amado Batista: Vitamina e Cura, 1978)

A letra conta uma história, possui um mote que se desenvolve, com um começo, meio e fim, assim como as narrativas proferidas pelos convidados do palco, pela apresentadora e pelo psicólogo. São para essas histórias que Raimunda atenta.

Vale sublinhar ainda, nessas passagens da entrevista, o vocabulário um tanto reduzido da entrevistada, em relação ao das outras duas (Neide e Jéssica), evidenciado quando não se lembra do comentário que lhe foi dirigido (mesmo sendo importante), ou do tipo de música feito por Amado Batista.

Para ela, que trabalhava como costureira em casa, frequentar a caravana proporcionava momentos de reflexão em seu dia a dia. Ouvir Amado Batista permitia-lhe refletir sobre si mesma, tal qual ir à televisão. Em relação ao programa da Márcia, afirma:

Quando eu vou ao programa da Márcia, tem coisa que ela fala e eu venho com outra cabeça, com outro jeito. 'Ser você e não ninguém': isso me ensina muita coisa. E eu gosto do programa da Márcia por esse motivo. Não para eu estar lá, por que lá é gravação, mas o que ela fala para mim – para mim, é comigo que ela está falando –, tem muita coisa que ela fala e eu sinto que é para mim. Então, eu tenho que mudar, eu tenho que ser desse jeito. Não tenho que aceitar nada de ninguém, quem me xinga lá fora, fala besteira lá fora. Eu tenho que ser eu mesmo. Tenho que passar por cima de tudo isso (NEIDE, JÉSSICA, RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

O fato de não estar casada somado ao "novo" comportamento, transformações acompanhadas pelas amigas, em casa e no palco, desorganizaram e desprestigiaram a inserção social de Raimunda na família e no seu círculo de amizades. Soma-se a esse fato a construção de sua história feita no programa, associando "separação" e "loucura": uma indicação dupla de rompimento, o primeiro com o laço matrimonial e, o segundo, com a sanidade mental. No trecho a seguir, ela conta como era antes, e o rompimento com seus valores, diante da

separação. Ela buscava, naquele período em que foi entrevistada, "ser ela mesma" novamente. Queria ser uma mulher diferente daquela casada, sem, contudo, deixar de ser respeitada:

Quando eu era casada, eu era uma pessoa, andava de roupona comprida, [...] eu gostava de roupa cumprida. [...] minha mãe era costureira e foi fazer um vestido para mim. Eu era de roça, nordestina, eu dava capim para o gado. E veio a minha mãe. Nossa, minha mãe veio com o vestido. Quando eu vesti aquele vestido que estava aqui [mostra no meio da coxa, acima dos joelhos], menina, eu chorei num desespero tão grande, porque minha mãe fez um vestido curto. [...] Não gostava de roupa curta, gostava de roupa comprida. Quanto mais cumprido para mim era legal. Eu nasci assim, não sei por que era assim. Vesti aquele vestido curtinho e chorei, chorei. E minha mãe disse 'você vai usá-lo'. Ele acabou por que tinha que acabar, eu usava por causa da minha mãe. A gente sempre respeitou pai e mãe. Eu não gostava. Eu casei e vim para São Paulo. A vida era minha e eu usava aquelas rouponas cumpridas. Andava sempre de casaco, andava de cabeça baixa. Não tinha amizade com homem, jamais. 'Oi' e acabou, não parava em lugar nenhum. [...] E a minhas amigas me conheceram dessa forma. Eu mudei radicalmente, da água para o vinho, não sei como se diz. Passei a usar roupa curta. Não, primeiro eu descobri que meu marido quis me trair com minha prima. 'Hoje vou ser quem eu sou' e passei a usar roupas curtas. E para as minhas amigas não era tão interessante. Ela [a amiga] quis fazer Casos de Família comigo por quê? Porque ela queria falar de mim, do jeito que eu era e do jeito que eu era hoje. Se assistir, você vai vê-la falar 'ela era quase uma santa, hoje ela não é uma santa'. Aprendi a usar roupa curta, aprendi a beber que eu não bebia, aprendi a ir para as farras, vou para as baladas. Vou para as baladas e tudo. Por isso ela quis fazer esse programa (NEIDE, JÉSSICA, RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

Frequentar as emissoras com as colegas da caravana e, especialmente, gravar um episódio de *Casos de Família*, contribuíram com o processo de ressocialização de Raimunda. Ela tentava ser uma mulher separada e que se divertia, sem perder sua dignidade. Contar sobre sua mudança no palco, desabafar, foi uma tentativa de legitimar-se frente seu círculo familiar e de amigos.

### Mensagem coletiva

Para o episódio "Violência escolar", em *Casos de Família*, a produção havia concebido um debate entre os envolvidos – pais, professores e alunos – e não o trio usual (o protagonista da história com pessoas a favor e contra). Foram convidados um casal de pais, cuja filha de dez anos sofria violência, uma professora que já tinha sido agredida por um aluno, duas amigas que foram linchadas por colegas fora da escola e uma moça que, quando mais nova, batia nos colegas (gravação, 10/12/2009).

Em relação a esse episódio, destacaram-se lógicas distintas para as motivações dos convidados: entre elas está a de veicular uma "mensagem coletiva", isto é, nos termos de Mehl, um testemunho pessoal colocado a serviço de um discurso de interesse geral.<sup>154</sup>

Segundo a socióloga:

A experiência individual descrita no palco sugere ensinamentos para o público. Ela suscita lições a partir de um vivido particular. O depoimento é portador de conclusões aproveitáveis pela coletividade. O caso individual se torna instrutivo: ele faz ver e pensar, sugerindo "a moral da história". A mensagem coletiva prevalece sobre a mensagem pessoal (1996, p. 128, tradução nossa). 155

Suzana julgava o tema da violência escolar assunto de utilidade pública e ela, como professora, poderia contribuir com sua experiência ao debate. A professora de Ensino Médio e EJA na rede pública, com 45 anos, mãe de um casal de adolescentes e viúva, não manifestava outra intenção que não fosse a de "alertar" pais e professores para o tema da violência nas escolas.

Acho importante escutar os dois lados: ela é mãe, eu sou professora, tem alunos que vieram. Acho que é chegar a um consenso sobre o porquê dessa violência nas escolas, porque é muito importante. Eu fui agredida por um aluno, a filha dela foi agredida por uma colega, a outra ali também foi agredida por um colega. Eu me interessei por causa disso. Se fosse outro tipo de coisa, acho que eu não viria, eu não aceitaria falar. [...] É minha opinião de professora: eu espero que quem esteja assistindo fique alerta com relação a quem os filhos estão convivendo dentro da escola. [...] Acho que vai ser um alerta para os pais, a maneira com que eles estão agindo com os filhos (SUZANA, entrevista, 10/12/2009).

Se o tema não tivesse relevância pública, ela não participaria. Quase um ano e meio depois de sua ida ao palco, quando foi entrevistada novamente, desta vez em sua casa, Suzana voltou a justificar sua participação pela seriedade do tema – não teria falado de qualquer tema, somente um "sério", como saúde ou educação, e ligado à sua profissão. Além disso, narrar sua história livremente, sem ser coagida pela produção a dizer algo que não gostaria, foi outra condição que a estimulou (SUZANA, entrevista, 2/3/2011).

Durante e ao final dessas emissões, cujos depoimentos eram destinados ao grande público, eram divulgadas associações às quais era possível aos telespectadores recorrer: encontrar pessoas com experiências e problemas semelhantes, desabafar, superá-los. Ao lado, portanto, da "mensagem coletiva" – os convidados emprestariam suas histórias para divulgar um problema maior (Mehl cita emissões que trataram de assédio sofrido por mulheres no trabalho, pais que tiveram filhos que se suicidaram, alcoolismo feminino) –, havia uma sugestão sutil ao associativismo. Muitos dos convidados militavam em associações e contar sua história era um meio de divulgar o serviço prestado por essas instituições. Esse aspecto quase não aparece nas emissões brasileiras aqui estudadas. Raramente esse tipo de divulgação foi visto.

<sup>&</sup>lt;sup>155</sup> « L'expérience individuelle décrite en plateau suggère des enseignements pour d'autres. Elle invite à tirer des liçons à partir d'un vécu particulier. Le témoignage se veut porteur de conclusions profitables à la collectivité. Le cas individuel devient instructif : il donne à voir et à penser. Il souffle 'la morale de l'histoire'. Le message collectif prévaut sur le message personnel ».

Ser relevante publicamente também foi o critério para a participação de Clara, integrante de caravana, quando fez um breve comentário num programa matutino da Bandeirantes.

[...] você já participou durante a gravação?

Eu já participei em outro programa da Band... aquele que passa de manhã, de informação...

Da Silvia Poppovic?

Isso. Na área da medicina preventiva, eu participei. Eu quis falar. Eu comentei [antes da gravação] o fato que tinha acontecido comigo e elas [da produção] gostaram e falaram para eu falar. Quando chegou lá dentro, a menina falou, 'você fala para a gente?', 'Falo'. Foi mais uma utilidade pública. Tinha um médico do SUS e tinha mais dois urologistas e eles abordavam homens que não gostam de fazer o exame de próstata. E a minha história é interessante porque o meu marido era um daqueles. Aí eu fui e marquei a consulta para ele. Falei que ele ia trabalhar e depois ia para um médico, que viesse para casa, tomasse um banho e depois iria. Quando ele voltou, ele me disse 'mas você, hein?'. Eles riram tanto. Agora todo ano ele faz, sem problema nenhum e orienta as pessoas amigas dele, da empresa, a fazer. Ele disse que três pessoas já fizeram por isso. Ele diz que não é nada e ele que é todo... e fez. Fica uma coisa meio... fica com vergonha. Para mim, no meu entender, é uma piada com ponto positivo, pois eu acho que é uma informação pública, porque muitas pessoas veem. [...] A minha participação eu achei importante (CLARA, entrevista, 25/2/2011).

Destaca-se o nível de instrução dessas duas senhoras, a primeira com Ensino Superior completo e a segunda com o Ensino Médio completo (por meio do EJA). Ainda que ambas tenham concluído seus estudos depois do nascimento dos filhos (no segundo caso, já adultos), isto é, interromperam suas formações escolares não as cursando na faixa etária esperada, os anos de escolaridade que possuem são relativamente maiores se forem consideradas as outras entrevistadas. Para Clara, aí residiria a diferença entre sua atuação e a de outros convidados.

Mas foi só dessa vez [que participou]?

Sim, só dessa vez. Se algum dia aparecer alguma coisa que eu possa... mas outras coisas sem conhecimento de causa, só falar por falar, não tenho interesse nenhum, porque tem gente que chega e fala coisas familiares, que eu acho que aproveitam o lado da pessoa. Quando a pessoa não tem um conhecimento, assim, você já viu isso? Eles entram ali e começam a investigar e investigar a pessoa, ela acaba falando coisas que não devia, que pega mal para o resto da vida. Às vezes causa problema na família, na vizinhança, porque um sistema de televisão – igual à Band – tem muito... Tem uma força, uma palavrinha que você fala ali serve de chacota para o resto da vida. Essas coisas eu não faço, mas de forma nenhuma. Nem aparecer em programa assim, igual ao da Christina que tem esse perfil, eu não vou de forma nenhuma.

Participar do palco?

Primeiro que na minha casa não tem coisas assim, mas nem se tivesse. Eu jamais teria coragem de expor família. O meu objetivo na televisão é só esse que estou te falando. Ir porque eu gosto do desfecho da programação. [...] Eu gosto das coisas que trazem algum... fora esse ensinamento, gosto de humor. [...]

Por que as pessoas falam mais do que deviam?

Simplicidade. A classe mais assim – não que eu tenha conhecimento –, mas é a classe que não tem um grau de instrução. Senão eu acho que não colocaria a cara ali

para falar aquelas coisas. Você já viu o programa da Márcia? Tem cada caso! [...] E eles exploram: quando mais eles veem que a pessoa é simples. Às vezes as pessoas vão ali, mas não têm a intenção de chegar àquele ponto. Tem uma história parecida, não chega a ser tudo aquilo. Mas eu já percebi que eles chegam lá para investigar – eles têm profissionais para isso – a pessoa acaba falando coisas que não devia (CLARA, entrevista, 25/2/2011).

Segundo esta integrante da caravana, pessoas "mais simples", "sem conhecimentos" advindos da escolarização formal, seriam mais facilmente usadas pela produção. Essa visão pejorativa dos participantes é recorrente, como foi afirmado em outros trechos neste texto, tanto em conversas informais quanto em entrevistas com "garotas de programa" e com aqueles vinculados formalmente às emissoras. Basta lembrar, por exemplo, a fala de outra integrante da caravana de que Clara faz parte, Lourdes, para quem os convidados possuem "menos cultura" (cf. p. 36).

Para aqueles cuja participação é regida pela lógica da "mensagem coletiva", as outras formas não teriam sentido, ou melhor, teriam um sentido negativo, pois as pessoas seriam usadas pelos programas e acabariam por expor suas vidas. Para ganhar o cachê, elas atuariam de acordo com os pedidos da produção. Ainda que uma parte das atuações possa ser assim mobilizada, como mostrado anteriormente, ao estudar o processo de produção é evidente a interação negociada entre os envolvidos. Destarte, ao lado dessa lógica – a participação entendida como contribuição a uma discussão de relevância pública, e a TV cumprindo um papel pedagógico –, é possível elencar outras lógicas que atuam conjuntamente e motivam a participação.

## Pedido de mudança: "quem sabe é o dia da sorte?" 156

Os pais que participaram do episódio "Violência escolar", junto com Suzana, buscavam socorro. Eles tinham recorrido a diferentes instâncias para mediar a situação – até conversaram diretamente com a mãe da criança agressora. Queriam, na ocasião, a transferência da filha. A mãe associou sua participação a um pedido de ajuda, motivada também pela raiva e pela ineficiência de outras tentativas:

Estava buscando um lugar para denunciar essa escola. Coincidiu dessa pessoa [a contato] ir à minha casa e me convidar para vir. Eu vim mais de raiva porque a diretora e a vice-diretora me desafiaram, dizendo que não acontece isso [a filha

<sup>&</sup>lt;sup>156</sup> Frase da convidada Juliana referindo-se ao dia de sua gravação no SBT (entrevista, 11/12/2009).

apanhar] na escola. Eu estou gritando por socorro. Eu quero tirar minhas filhas da escola (JANICE, entrevista, 10/12/2009).

Suas crianças tinham sido transferidas de outra escola, onde, segundo os pais, estavam bem, para estudarem num CEU (Centro Educacional Unificado) recém-inaugurado. Essa transferência lhes foi imposta: diferentes instituições cederam alunos para formar o grupo discente desse CEU que, para Mauro e Janice, ainda não tinha condições de recebê-los, "não havia estrutura para suportar aquela demanda".

A televisão parecia-lhes a última esperança para mudar a situação vivida pela filha:

Eu tentei pelos meios legais: polícia, delegacia de ensino, a direção da escola, o conselho tutelar. Por último tentamos a delegacia de polícia. Não resolveu. Nós tentamos pelo lado do bem, não deu. Se continuar, a gente vai ter que ir pelo lado do mal. Eles é que têm que pensar. A gente já tentou de todas as maneiras do lado do bem. [...] Viemos ao programa para ver o que vai resolver. Coincidiu de sermos convidados para vir. Vamos ver (MAURO, entrevista, 10/12/2009).

Essa cena guarda semelhanças à descrita por Beatriz Sarlo (1997), na medida em que a televisão parece ser um espaço possível para se reivindicar justiça, espaço esse no qual as pessoas buscam uma escuta e reparação. O casal de convidados já tinha tentado sem sucesso os "meios legais". Agora era a vez da televisão.

No camarim, onde todos os integrantes desse "caso" aguardavam o início das filmagens, a mãe afirmou que não falaria o nome da diretora e da escola de sua filha. Justificou-se afirmando que a diretora, ao saber da participação no programa de televisão, ameaçou processá-la caso revelasse alguma informação dela ou da instituição. A participante repetiu essa conversa para os produtores ainda no camarim, e eles asseguraram-lhe que a apresentadora não faria tal pergunta. Uma vez no palco, sem ser indagada por Christina Rocha, a participante revelou os nomes. <sup>157</sup>

Estar no palco parece ter encorajado a mãe da menina agredida a revelar – denunciar – a instituição de ensino que falhava em proteger sua filha. Mesmo a diretora ameaçando "processá-la". Por outro lado, diferentemente do homem descrito por Sarlo, o pai afirmou que já tinha feito queixas à escola da filha e a outras instâncias competentes, porém nada tinha sido resolvido. A televisão seria uma última tentativa para mudar a situação de violência. Alguns programas – *Ratinho* (SBT) e mesmo *Márcia* – colocam-se para seus convidados e telespectadores, por meio da veiculação de certos quadros, como um "tribunal de pequenas causas", sendo este tipo de emissão considerado como um espaço "acessível", que teria a

<sup>&</sup>lt;sup>157</sup> Fiquei bastante tempo com ela, antes do início da gravação, e não me pareceu que a produção a tenha forçado a falar. O que enfatiza essa impressão é o fato de que a outra participante, Suzana, também tinha sido avisada, pela diretora da escola onde trabalhava, que poderia ser exonerada de seu cargo, se expusesse o nome da instituição em que ocorrera a violência. E a professora, no palco, não revelou em qual escola foi agredida – tal como havia comentado no camarim.

capacidade de proporcionar mudanças. *Casos de Família* parece ter se configurado como este espaço na gravação mencionada: ele poderia suscitar transformações que as instituições até aquele momento não tinham conseguido.

Outro casal, protagonista de "Você precisa de uma profissão", também via a sua participação como uma maneira de alcançar mudanças em suas vidas e a televisão como um espaço que daria visibilidade ao seu caso. Juliana e Wiliam esperavam que a situação profissional fosse alterada. Segundo Juliana:

Eu tenho a expectativa de um serviço bom, fixo, que ele [Wiliam] venha a evoluir na profissão. Ter bico é ruim, a gente convive com a minha mãe, é ruim, ela fica meio assim. [...] a expectativa é essa, quem sabe alguém o vê e se interesse pelo nosso caso? Pode contratá-lo, pode chamá-lo (JULIANA, entrevista, 11/12/2009).

Esse jovem casal – ele com 28 e ela 24 anos, pais de dois filhos pequenos e desempregados – morava com Conceição, uma senhora de 67 anos, mãe de Juliana. A casa ficava numa área não urbanizada, entre o Jardim Elba e o Parque Santa Madalena, próximos ao bairro Sapopemba, na Zona Leste de São Paulo. O casal fazia bicos, mas contava com a aposentadoria de Conceição como um rendimento fixo, além do auxílio advindo do Programa Bolsa Família.

Quando indagados se o programa iria ajudá-los diretamente, com a oferta de um emprego, a entrevistada referiu-se à participação como uma inserção a um círculo de sociabilidade diferente do seu. Seriam esses novos contatos, alcançados pela visibilidade proporcionada pelo programa, que poderiam ajudá-los. Diz ela:

A ajuda seria a oferta de um trabalho?

Mais as pessoas. A partir das conversas com as pessoas, as palavras para ele, vai colocar na cabeça [dele], observar... porque nós temos dois filhos. E viver só de bico, um dinheirinho que pega e amanhã já gasta... e fixo não. Ele pode crescer, evoluir. Quem sabe? [...] as pessoas vão pelas outras pessoas. Veem aquela pessoa [que] nunca trabalhou – um dia pode trabalhar; outro pode dar uma ideia 'oh, fulano, vai ali, pode ter um serviço'. Sempre nessas conversas, é assim (JULIANA, entrevista, 11/12/2009).

Quando voltei a encontrá-los, dessa vez em sua casa, um ano após a participação, algumas mudanças aconteceram na vida do casal e outros elementos passaram a ser associados à ida ao palco. Conquistas concretas foram mencionadas.

Wiliam não conseguiu um emprego regular depois de expor seu caso e, na época dessa entrevista, o casal estava separado. As duas crianças (um menino de cinco anos e uma menina de quatro) ficavam com a mãe e recebiam visitas regulares do pai.

Juliana morava com os filhos num cômodo sem janelas, cedido pela mãe – possuía cama, geladeira e banheiro. Conceição residia numa construção contígua, de dois cômodos: uma cozinha, um quarto e um banheiro sem porta, que acomodava a máquina de lavar roupas.

Da janela do quarto era possível avistar, ao lado, o terreno da antiga casa de Juliana que desmoronara. Como a Prefeitura a havia proibido de construir novamente numa área de encosta, a mãe cedera-lhe o cômodo. Nesse intervalo, Juliana vendeu balas num farol perto de sua casa, mas, depois que seu menino foi quase atropelado, abandonou esta atividade. Continuavam a viver com a aposentadoria de Conceição.

No encontro ocorrido um ano após a gravação, mãe e filha lembraram com apreço cada momento da participação: foi "coisa muito, muito boa", "passeamos bem e comemos bem no restaurante muito chique" (JULIANA; CONCEIÇÃO, entrevista, 28/2/2011).

Juliana destacou as "viagens" de carro até a emissora, para entrevistas, gravação, e ao dentista. Mesmo tendo ido buscar a prótese dentária de sua mãe num dentista no Ipiranga, outro convidado em Ribeirão Pires, município que integra a Região do Grande ABC, para, então, dirigirem-se ao SBT, localizado no km 18 da Rodovia Anhanguera, ou seja, mesmo tendo percorrido um cansativo trajeto de carro (cerca de 60 km) para participar do programa, a entrevistada gostou de fazê-lo por conhecer lugares diferentes da cidade. Já Conceição, lembrou-se da conversa com o "simpático" psicólogo, Dr. Ildo, antes da gravação, quando era maquilada, da ida ao dentista e da prótese que ganhara. Mencionaram o cachê – R\$ 240 pela participação dos três –, usado para comprar comida para a família; as ligações de amigos que moravam distantes na época em que o episódio foi veiculado; os comentários da vizinhança – Conceição viu juntamente com alguns vizinhos num televisor colocado fora de sua casa.

Elas não associaram a participação no programa à exposição de suas vidas; ao contrário, foi uma oportunidade de dar visibilidade a algo socialmente oculto (Conceição dizia: "só Deus sabe do meu sofrimento"). Os "ganhos" concretos obtidos naquele dia foram relatados alegremente — as novas pessoas que conheceram, uma compra de mercado possibilitada pelo cachê, três passeios de carro por regiões que não conheciam, uma prótese dentária —, mesmo sem terem conseguido a mudança que almejavam. Juliana "não imaginava que o SBT era aquela coisa grande" (entrevista, 28/2/2011). Para elas, as fases de preparação para o palco e a gravação fizeram com que se esquecessem dos problemas cotidianos. Nesse sentido, a emissora seria, ao mesmo tempo, a busca por uma mudança e um modo de se afastarem temporariamente das constrições vividas.

Duas amigas protagonizaram o episódio "As visitas duram anos na minha casa". Ísis, paraibana de 27 anos, desempregada e com o Ensino Fundamental incompleto, ia se defender – sua amiga Milene a acusava de ser "folgada", pois há três anos morava de favor em sua casa. Elas migraram juntas da Bahia para São Paulo, em 2005. Naquela época, dividiam o

aluguel. Quando Milene se casou, Ísis continuou a morar com a amiga. No momento da entrevista, em 2009, cada uma já tinha um filho.

Ísis alegou motivos comumente citados para sua performance no palco: a curiosidade e o cachê. Disse: "eu sempre quis participar de um programa e o dinheiro que vão dar vai me ajudar muito também. Estou desempregada, para mim todo o dinheirinho que aparece já é alguma coisa" (entrevista, 16/12/2009). Em seguida, acrescentou:

Ísis – Eu esperava que acontecesse alguma coisa boa na minha vida, que minha vida melhorasse: um trabalho, um local para morar, ter minha liberdade. É isso que eu queria para mim.

Você acha que participando do programa, é um jeito de você alcançar?

Ísis - Não é um jeito, mas eles comentam que a pessoa participando sempre é melhor. Quem sabe um dia acontece alguma coisa boa na vida da gente?

Milene - Quem sabe acontece uma sorte na vida dela?

Quem comenta?

Ísis - O pessoal do programa, que conversa com a gente. Aí a gente fica naquela esperança, entendeu?

Milene - Não, eles não dão esperança. Ela ficou, mas eu não. [risos]

E você, Milene? O que espera que aconteça?

Milene – Se ela arrumar um lugar é bom. Considero esperança para ela. Quem sabe ela não tem sorte de arrumar um lugarzinho?

Mas você acha que participando do programa isso pode acontecer?

Milene – Para falar a verdade, nesse programa Casos de Família, eu acho que não. Mas se fosse outro, assim... se ela tiver uma boa sorte...

Qual outro?

Milene – Ah, na cabeça não vem o programa...

Ísis – O programa do Silvio Santos.

Milene ri

Ísis – Eu tenho vontade de participar do programa dele.

Lá você seria ajudada?

Ísis – Eu acho, porque as pessoas que vão, e têm capacidade mesmo, levam alguma coisa em troca. Tenho muita vontade de participar (ÍSIS; MILENE, entrevista, 16/12/2009).

O "alguma coisa boa" que a convidada esperava, e demandava por meio de sua participação, seria "um trabalho, um local para morar, ter minha liberdade". A televisão é associada a direitos que o Estado deveria assegurar: em suma, ter uma vida digna, com uma moradia, um emprego e liberdade para ir e vir.

O que essa mulher desejava para sua vida era ter acesso a direitos básicos e, de maneira vaga, associava essa "melhoria" à participação na TV. Para amiga seria uma "boa sorte", em outros termos, uma eventualidade, acessar esses direitos.

Para que sua vida melhorasse, Ísis esperava "ter liberdade", ou seja, ela gostaria de ter privacidade na casa onde mora. Diz:

A pessoa morar com os outros não é legal. Por melhor que seja, não presta porque a pessoa hoje dá risada para você e amanhã está xingando, jogando na cara o que você faz ou deixa de fazer, se você sai, a que horas você chega. Fica jogando na cara e isso não é legal. [...] Você tem que ser independente. [...] Você não se sente bem em nada do que faz. Quando o marido [da amiga] está em casa você não se sente à vontade (ÍSIS, entrevista, 16/12/2009).

Vale notar que essa esperança expressa por Ísis, de ter mais privacidade em sua vida doméstica, contraria a visão que produtores têm desse grupo social: a de que muitos estariam acostumados a uma vida "invadida", já exposta, e não se importariam de mostrá-la na televisão. No caso dessa entrevistada em especial, ser acusada de folgada e defender-se da amiga (resumindo sua apresentação no palco), seria uma maneira de ganhar uma remuneração financeira e alimentar a esperança de ter uma mudança em sua vida.

Ísis e Milene reconheciam que *Casos de Família* não seria o tipo de programa por meio do qual pudessem conseguir essa "melhoria"; já o de Silvio Santos foi mencionado como uma possibilidade, pois, para Ísis, "as pessoas que vão e *têm capacidade mesmo*, levam alguma coisa *em troca*". Em outras palavras, aqueles que fossem reconhecidos em sua capacidade, e fizessem por merecer, conseguiriam algo em troca de sua atuação. A sua lógica é individualista: somente aqueles capacitados (em quê? Para atuar na TV? Por meio de um jogo? Contando sua história?) seriam recompensados. Em sua fala, não percebe a conexão entre sua condição de vida e a configuração social na qual está inserida.

As expectativas de outra convidada ilustram também a lógica que rege esse tipo de participação, a qual relaciona mudanças na vida pessoal e a participação no palco. Roseli, uma mineira de 43 anos, desejava que seu jeito mudasse. Ela compunha um trio que protagonizou um dos casos em "Por que tanta agressividade?": acompanhava (e apoiava) Josi, sua amiga há 25 anos, a protagonista do caso e considerada "briguenta"; Tita, vizinha delas há oito anos, acusava Josi se ser "estourada" e dizia-lhe que deveria mudar. Elas moravam em Recanto Porto Belo, próximo a Parelheiros, na Zona Sul da cidade.

Ao refletir sobre a possibilidade de sua participação trazer-lhe alguma mudança, Roseli mostrou-se descrente: "Não é por que foi para a televisão que vai mudar. Estava bom se fosse assim. [...] Como eu te falei, acho que não [muda]. Eu vim. Acho que mostra às pessoas que têm que mudar. Mas não sei se vamos conseguir fazer isso" (ROSELI, entrevista, 23/4/2010). Afirmava que o programa por si só não a faria mudar, porém permitiu que refletisse sobre seu modo de se relacionar com as pessoas. Diz ela:

a mudança que eu queria para mim – uma mudança espiritual – eu queria ser um pouquinho igual ela [Josi], agressiva. Tem coisa que eu quero falar, mas não falo. Às vezes eu desconto nos meus filhos. Eu chego em casa, se eu brigo em casa, eu brigo com as minhas filhas, as duas. [...] Se fosse para escolher, como mudar, queria ser assim mais agressiva com as pessoas, não ser agressiva, ter coragem de falar as coisas. Alguém me fala alto e eu respondo à altura. E eu não respondo (entrevista, 23/4/2010).

Roseli estudou até a quinta série, fazia bicos de ajudante de pedreiro e estava separada do pai de suas filhas há oito meses. Quando ele foi embora, "levou tudo", inclusive equipamentos que permitiam assistir à TV aberta. Ela morava com as duas mais novas, uma de quinze e outra de seis. A mais velha já era casada e tinha filhos. Era a vizinha Tita quem lhe emprestava um aparelho de DVD, que usava ocasionalmente para ver filmes e desenhos, bem como a chamava para ir a sua casa acompanhar um capítulo da novela da Globo.

Casos de Família não traria mudanças em seu jeito de ser: sabia que a televisão não transformaria sua vida, tampouco seria um espaço no qual seus problemas teriam visibilidade. Ao insistir no assunto, Roseli apontou o fato de possuir um "bom emprego" como o que poderia mudar sua vida e a de sua amiga.

O que faz as pessoas mudarem?

Roseli - Não sei. É tanto sofrimento na vida que não sei o que pode fazer mudar. Eu sou o meu jeito de ser por causa do meu sofrimento. Eu preferi calar. E ela já se expressou dessa forma [referindo-se a amiga Josi, "briguenta"]. Cada um... [se expressa de um jeito]. Acho que o que poderia hoje mudar seria um emprego para a pessoa. Ela não tem um bom emprego. Não é bem empregada.

Tita - Mas ela tem o mais importante que é Deus.

Roseli - É, também, Tita. Mas acho que a gente estando empregado, com a vida mais sossegada... igual eu. O que eu tenho? O que eu tenho na minha casa? Ela sabe [referindo-se a Tita]. O meu marido levou tudo. O que eu tenho? Eu tenho saúde, graças a Deus.

Tita - E muito caráter, graças a Deus.

Roseli - Eu trabalho de ajudante [de pedreiro]. Mesmo na minha perna foi trabalhando [mostra a perna com um machucado]. Eu não esquento, eu cato papelão, eu cato latinha. O que for para eu fazer... Eu não meço o que eu vou fazer. Se for para fazer, eu faço. Eu não tenho preguiça. Mas seria bom que cada um tivesse...

Tita - É guerreira mesmo essa aí.

Roseli -...tivesse o serviço certo. A gente que tem filho... Eu tenho as minhas duas filhas, a de quinze tem vergonha de mim. Ela fala 'a senhora catando latinha, eu não vou nem olhar', mas em compensação eu tenho a de seis. A de seis sai comigo. E ela pega. Ela fica alegre. Ela fala 'mãe, vou juntar as latinhas para a senhora comprar um sapato'. Ela já entende mais. O certo é cada um ter o seu serviço. Mas não adianta... igual ela fala, ter Deus primeiramente. É o jeito dela, não adianta. O meu jeito também não vai adiantar. Nem sei te explicar como deveria ser (ROSELI, entrevista, 23/4/2010).

Nem a televisão, nem Deus para Roseli poderiam restituir a dignidade de sua vida, somente um "bom serviço", ou "estar bem empregada". A TV lhe permitiria, entretanto, pequenos ganhos concretos: há alguns meses, sua filha foi sorteada na creche para participar

de um programa na Record e lá ganhou um presente pelo Dia das Crianças; em *Casos de Família* ganharia R\$ 80 de cachê; numa próxima oportunidade queria ir ao programa do Silvio Santos para ganhar um milhão de reias. Assim, reformaria sua casa.

## Inserção no mundo artístico

Para alguns convidados, relatar o seu "caso" no palco de *Casos de Família* é um meio de ganhar visibilidade para si e para seu trabalho. Cantores no início de carreira, *dragqueens* dançarinas, figurantes de programas de TV, meninos e meninas de agência, ou seja, aspirantes a uma carreira artística e televisiva consideram a sua participação um modo de chamar a atenção para si e, consequentemente, de fazer contatos com profissionais da área. <sup>158</sup>

Daniela, uma moça de 21 anos que "fazia eventos", participou com a prima e o exnamorado no episódio "Se não for minha não será de mais ninguém" (gravação, 11/12/2009).

Os três concluíram o Ensino Médio e somente Daniela tinha iniciado o curso de Jornalismo, que, naquele momento, estava trancado. Todos estavam desempregados e "faziam plateia" com agência, isto é, recebiam por suas aparições. Naquele dia, trocariam o auditório pelo palco. Segundo Daniela, o cachê não era o mais importante: "ajudar, ajuda. Mas conhecer artistas, ver coisas novas, pegar contatos, é mais por isso. O dinheiro é importante? É. Mas eu vim mais para ver pessoas e pegar contatos" (entrevista, 11/12/2009).

Os ex-namorados Marcos e Paulo, juntamente com seus amigos gêmeos João e Mateus, iriam participar de "Você não entende que acabou" (gravação, 24/4/2010). No esquema do episódio, Marcos buscava reatar o namoro com Paulo, e os irmãos tentariam ajudá-lo. Marcos era o único que possuía um emprego formal como ajudante numa loja de alto-falantes. Já os gêmeos eram dançarinos em boates, montados de *dragqueen*.

Todos tinham finalizado o Ensino Médio, tinham entre 29 e 19 anos, e gostavam de ir a programas de auditório. Quando participavam, iam como convidados ou com caravana. Eles já tinham estado em vários, no SBT e em outras emissoras. Marcos também tinha participado no palco, em jogos e cantando. Já tinha ido à "cabine dos desesperados", no programa do

Dominique Mehl (2002), numa análise sobre a versão francesa do *Big Brother*, o *Loft Story*, destaca o papel da televisão como um trampolim para os participantes no acesso à trajetória artística e na sua promoção. Certamente não todos, porém alguns conseguem alavancar suas carreiras no mundo do audiovisual, da moda e da publicidade. Esse aspecto também é citado por Fernandes (2002) em relação aos participantes do quadro *baile*, de *Em Nome do Amor* (SBT).

Sergio Malandro (Gazeta), cantara no do apresentador Jacaré, *Superpop* (Rede TV!), e, ainda, participara da competição *PopStars* (SBT), saindo na quarta eliminação.

Eu pensava que um dia eu... se Deus ajudasse, eu conseguisse um lugar... ficar em algum lugar cantando.

E você canta profissionalmente?

Profissionalmente, não. Já cantei em casamento, já cantei na igreja, se me chamar para cantar eu canto. Mas não tenho um lugar mesmo para cantar, não tenho não.

Um lugar certo, para cantar uma vez por mês ou semana...

Eu cantava onde eu trabalhava, era Rosa do Pê, aqui no Jaraguá. Tipo uma chopperia. Eu cantava lá.

Ah, então você já cantou.

Já, e em outros lugares (MARCOS, entrevista, 24/4/2010).

A respeito de sua participação, Marcos não se incomodava com a família ou com a comunidade de sua ex-igreja evangélica que poderia assistir à emissão – eles já sabiam de sua homossexualidade. Com sua ida ao palco, acreditava que seu ex-namorado pudesse perceber seu empenho em reatar a relação:

Ele vai ver que estou fazendo a declaração de amor porque eu o amo, acho que vai ter uma ajuda. Alguma coisa vai mudar. Pode ser que não seja boa, mas tudo bem. Vai mudar.

Como é a declaração? Já gravou ou fará no palco?

Vou cantar um pedaço de música para ele.

Eles te perguntaram se você sabia cantar? A ideia foi sua ou foi deles?

Na verdade a ideia foi minha. Ninguém sabia que eu cantava. Só os dois meninos [João e Mateus] e o Paulo. Eles [produtores] assustaram e falaram 'com essa voz, o que você está fazendo trabalhando com alto-falantes?' Pois é... [risos] a vida ainda não me levou para esse caminho, mas creio que, um dia, quem sabe? (MARCOS, entrevista, 24/4/2010).

A emissão também significava, ao se apresentar em rede nacional, um incentivo para esse "caminho" de cantor.

## Casa, Camarim, Coxia, Palco

Foi importante para esta pesquisa, o acompanhamento, na coxia, da primeira gravação de *Casos de Familia* ocorrida na tarde de 23 de abril de 2010. Um dos produtores, responsável por organizar a participação de um grupo de pessoas no episódio "Essa vizinhança é do barulho", afirmou que o diretor pedia-lhe no ponto eletrônico uma briga de almofadas entre alguns dos participantes. Aquela era a primeira gravação usando o cenário

novo – comemoravam um ano da mudança de apresentadora (Christina Rocha substituiu Regina Volpato em maio de 2009) e a entrada do novo diretor. Diferentemente do antigo, as cadeiras deste cenário tinham almofadas e o diretor queria chamar a atenção para elas, explicava o produtor. Por alguma razão, e a despeito do pedido feito, a briga de almofadas não aconteceu.

Ainda naquela tarde, também da coxia, permitiram que os trabalhos de outra equipe de produtores, responsáveis pela terceira e última gravação do dia, fossem observados. No mesmo espaço da coxia, um casal aguardava de mãos dadas para entrar no palco e participar do episódio "Por que tanta agressividade?". No terceiro bloco, quando entraram, houve a briga de almofadas entre eles – a esposa "ciumenta" e seu marido, que assumiu ter tido alguns casos extraconjugais. Os óculos que o senhor usava foram parar no meio do palco. Os dois voltaram a sentar-se e a conversar com a apresentadora. O senhor foi chamado de "safado" pelas noventa pessoas que compunham a plateia.

O casal que protagonizou a briga de almofadas levou ao ar uma história de infidelidade. Eles não só expuseram publicamente um drama conjugal, íntimo, como também se desentenderam diante dos noventa integrantes da plateia e milhões de telespectadores.

A análise empreendida por Maria Celeste Mira matiza a ideia de "exposição da intimidade" na mídia. Para ela, a noção de intimidade é distinta, histórica, social e culturalmente; é vivida de maneira diferente se forem consideradas as "classes populares" em relação às "classes de maior poder socioeconômico". A mídia atualmente transmitiria uma combinação, nos termos da autora, "da liberalização dos costumes burgueses no pós-guerra com a ascensão de estilos de vida populares" (1998, p. 98). Em relação a essa sociabilidade popular, Mira refere-se a relações que não se restringem aos laços tecidos entre os membros de um núcleo familiar; abarcam uma família estendida, que engloba os vínculos entre vizinhos. Desse modo, chama a atenção para o fato de não ser possível fazer referência a um único sentido de intimidade, pois há diferentes sentidos.

Por meio da análise da antropóloga, poder-se-ia pensar que a expressão "exposição da intimidade" não seria a mais adequada para abordar a visibilidade de alguns grupos sociais nos programas de televisão, uma vez que tal termo tem o sentido de revelar publicamente sentimentos e emoções, conflitos e anseios que pertenceriam à vida íntima e privada do indivíduo – pertencente a uma família, cujos valores seriam "burgueses". Seguindo esta linha de raciocínio, não faria sentido referir-se à "exposição da intimidade" das "classes populares", já que sua sociabilidade seria diferenciada. Os programas de televisão somente veiculariam "casos" de uma "vida invadida", ou seja, ela refletiria a vida como ela é.

Embora seja preciso atentar para os diferentes sentidos de intimidade, não podem ser deixados de lado a mobilização e o uso (consentido ou não) que esses programas de auditório, por meio de seus produtores, apresentadores e diferentes profissionais, fazem das emoções e dos "casos" divulgados para o grande público. Por mais que os dramas familiares sejam vividos e compartilhados pelas pessoas das "classes populares" em um círculo mais vasto de relações, há diferenças entre essa sociabilidade e a revelação no ar, em cadeia nacional, desses dramas. <sup>159</sup>

Se antes esta história era vivenciada na "família estendida", para utilizar os termos de Mira, depois de veiculada passou a ter outra dimensão, sendo de conhecimento "de todo o Brasil". Qual a consequência (se houve alguma) dessa exposição para a vida do casal e de seus familiares? Em que medida esse casal percebia a grande divulgação que sua história teria, muito além das fronteiras da família? Esses questionamentos são relevantes, pois não é suficiente afirmar que se trata de uma sociabilidade diferenciada, com valores distintos dos da "família burguesa". Tampouco é suficiente afirmar que são pessoas que desconheciam o poder de difusão da televisão, por exemplo, devido à sua baixa escolaridade. <sup>160</sup> Há outros aspectos a serem estudados, que fazem o casal aceitar protagonizar uma briga de almofadas, a pedido do diretor, mesmo estando de mãos dadas na coxia. Mesmo que eles tivessem uma divergência, num âmbito mais privado (na coxia), com a visibilidade (no palco) a intriga é representada com mais gravidade, sendo expressa por golpes de almofada.

•

<sup>&</sup>lt;sup>159</sup> Para o Professor José de Souza Martins, os sociólogos brasileiros não podem perder de vista a diferença de nossa constituição histórica e social, donde a necessidade de matizar a nossa "modernidade", para ele, "postiça" e "anômala". Em *A Sociabilidade do Homem Simples* (2011), Martins relembra a história de uma colega antropóloga que foi convidada por uma moça do povoado o qual estudava para conversarem. O pedido veio formulado da seguinte maneira: "Vam'bora cagá junto?". Segundo essa antropóloga, era comum mulheres defecarem juntas no mato enquanto conversavam. Com este e outros exemplos anedóticos, Martins chama a atenção para "nossas peculiaridades sociais" e, mais do que isso, como elas devem ser incorporadas na análise da concepção de "vida privada" (Ver, sobretudo, p. 85 e ss.).

<sup>160</sup> Frequentemente são publicados, em diferentes mídias artigos que tratam da exposição da intimidade na internet. Em um desses artigos, "Geração conta-tudo" (BERCITO; MALDJIAN, 26/7/2010, p. 6-8), referindo-se aos jovens que cresceram com acesso à rede, foi dito que muitos não percebem que expõem fatos pessoais, por exemplo, nas redes sociais (Facebook e orkut); ademais, esses jovens não se dão conta de que tais informações não podem ser retiradas da rede. Nesta reportagem também foi publicado o depoimento de uma moça que só percebeu sua exposição quando foi procurada pela repórter de uma revista. Ela fazia uma matéria sobre pessoas que se expõem demais na internet: "a repórter juntou todas as informações que encontrou sobre mim na rede e montou um dossiê que me assustou. Ela descobriu (e publicou!) o nome de ex-namorados, o valor do meu salário, as baladas que frequento, os nomes dos meus irmãos, detalhes das tatuagens que tenho no corpo e até meu gosto por cinema e por miojo" (p. 7). Essa reportagem ilustra a dificuldade dos usuários da internet em perceber a possível exposição, ainda que escolarizados e já adultos, tal qual a moça do depoimento. Esse tema também já foi tratado num quadro do Fantástico (Rede Globo), em 2011. Em um shopping do Rio de Janeiro foi montada uma tenda na qual um ator, representando um vidente, conversava sobre a vida daqueles que se dispunham a interromper seu passeio. As "visões" eram formuladas a partir de informações disponíveis nas redes sociais dessas pessoas. Por meio de um ponto eletrônico, uma equipe pesquisava e passava essas informações ao suposto vidente. Somente depois de alguns minutos de conversa, a farsa era revelada ao participante alertandolhe sobre o perigo das informações tornadas públicas.

Os programas estudados, da televisão e da rádio, criam maneiras diferenciadas de seus participantes revelarem sua intimidade. Em *No Divã do Gikovate*, o público se aproximaria do que Mira nomeou "classes de maior poder socioeconômico", ou seja, partilhariam valores "burgueses" a respeito de sua intimidade. Nas gravações, todavia, como já mencionado, a plateia é orientada pelo psicoterapeuta a não pedir comentários sobre generalidades, mas, sim, "questões pessoais". E há aqueles que aceitam participar. Portanto, não se trata de pensar que "pobre" fala e "rico" não.

Como afirma Dominique Mehl (2007), a distinção entre público e privado, entre o que é dizível e o que é indizível diante de outros, não desapareceu, porém, modificou-se. A pesquisa empírica permitiu sinalizar algumas das diferenças entre grupos sociais em relação ao que pode ser dito publicamente e o que não pode, bem como as lógicas que orientam a publiciazação de casos pessoais e familiares, explicitadas anteriormente em "Sentidos da participação no palco".

## Preparação para a gravação, entre o camarim e o palco

O fato de estar no palco suscita mudanças nas interações. São outras as constrições enfrentadas pelos atores sociais. Padrões que balizariam as ações e reações nas interações "em casa", e mesmo no camarim, são alterados. Muitos participantes de *Casos de Família*, mostrando-se tímidos e constrangidos ao serem entrevistados no camarim, revelaram-se extrovertidos e falantes em frente às câmeras. <sup>161</sup> Os papéis que representam num e noutro espaço pedem atuações diferentes. Não participar de maneira satisfatória, isto é, não contribuir com um relato "interessante" do ponto de vista da produção do programa – engraçado, impactante, emotivo – causaria embaraço aos convidados do palco, de um lado, e, de outro, aos próprios profissionais responsáveis por sua seleção, como os produtores e as contatos.

Os selecionados em cada etapa desse processo – pré-seleção feita pela contato, entrevista *in loco* e entrevista na emissora – são chamados a fazer uma "boa" performance. Eles se comprometem tacitamente com várias pessoas ao longo do caminho que os leva ao

Erving Goffman trata do embaraço em "Embarrassment and Social Organization" (2006). Nesse artigo de 1956, argumenta que o embaraço está relacionado às expectativas não realizadas na interação social.

palco. Além de receber o "cachê" pela atuação, também podem se tornar eventuais contato das contatos, indicando amigos, vizinhos e parentes a outras emissões. Desse modo, uma série de sutis constrangimentos se configura para garantir um relato "interessante".

As contatos são as primeiras a mencionar aos (até então *possíveis*) convidados a veracidade das histórias apresentadas. Sobre ser um bom convidado, a contato Maria forneceu uma definição:

Para mim, ele tem que ser bem extrovertido. O bom, bom mesmo, tem que falar bem e alto, não precisa gritar, mas tem que falar alto e bom tom para as pessoas o entenderem. Ele precisa entender bem o tema, porque, às vezes, a gente chega às comunidades e eles falam 'podemos mentir?' 'Gente, vocês não são atores. Se fossem, a gente mandaria vocês como atores para vocês ganharem um preço diferenciado. Vocês não ganhariam oitenta reais, ganhariam muito mais porque seriam atores, de verdade, vocês iriam representar'. Mas em Casos de Família não é para representar. 'Mas eu vou me expor lá?' 'Gente, quando vocês forem se expor, esse programa é para mostrar para a família brasileira que tem problema na sua casa, na minha e na casa de todo o mundo. Podem ter os mesmos problemas do que na sua. Você vai ajudar a família brasileira'. Tem gente que fala 'não, eu não vou'. [...] o tema tem que bater. Mesmo a pessoa falando bem, entendendo tudo perfeitamente o tema tem que caber para ele. Esse é um bom participante. [...] Não pode representar nem falar mentira (MARIA, entrevista, 24/8/2011).

Ainda no camarim – espaço entre a casa e o palco<sup>162</sup> –, momentos antes de gravar, quando os convidados já estão maquilados, com os cabelos arrumados e microfones na cintura, um dos profissionais da produção repassa as histórias. Ele "esquenta" os participantes antes de entrar no palco. Recupera o tema do programa e, com a ajuda de um resumo impresso dos casos, conversa, relembrando individualmente o que será narrado a seguir, quem é quem e os papéis de cada um nas histórias, bem como incita a interação entre eles. Provoca os mais tímidos a falar e os que estão sendo "acusados" a se defender. É como um ensaio. A intenção, segundo os produtores, é deixar os convidados no "timing" da gravação, pois, no palco, não teriam tempo para lembrar. Muitas vezes – justificam – há um intervalo entre as entrevistas e a gravação, sendo necessário recordar o diálogo que acontecerá em seguida, diante das câmeras. Nesse momento, muitos dos participantes, que tinham aguardado em silêncio até então, desatam a falar.

O produtor informa a ordem de entrada (quem já começa no palco, sentado na cadeira, ou quem entra por uma das coxias); em algumas ocasiões, escolhem juntos – convidado e produtor – a música com a qual o primeiro entrará; o produtor narra ainda como será a recepção da apresentadora:

<sup>&</sup>lt;sup>162</sup> O camarim é um espaço intermediário onde as pessoas se preparam para o palco e, sobretudo, se divertem. É dele que partem para fazer a maquiagem e o cabelo, bem como, se necessário, mudar o figurino. Quando retornam, comentam geralmente satisfeitos os resultados obtidos. É lá também que se alimentam (quando não há tempo para ir ao restaurante da emissora) e assistem às gravações que estão acontecendo, naquele momento, por uma televisão.

ela lerá o texto do *teleprompter* e prestem a atenção porque ela vai puxar a primeira pergunta [...] daí você responde [...] explica... começa falando as histórias. É importante gente – para todos os casos – contar as histórias e os detalhes do dia a dia de vocês. As pessoas em casa e na plateia não sabem das histórias de vocês. Não adianta falar 'a Josi é louca porque é barraqueira', o Luis dizer que a esposa o deixa louco porque ela é ciumenta [recupera cada uma das tramas apresentadas nesse episódio]. Tem que falar o dia a dia, detalhes. Não pode ser redundante. Luis, tem que contar casos, Luzia também [lembra os casos, o comportamento na entrevista]. *Não pode mudar, não pode mentir. Senão para a gravação*. [Tem que] Manter [a história] no dia da gravação (esquenta de "Por que tanta agressividade?", 23/4/2010).

No esquenta, os convidados são chamados a serem "autênticos" – "Não pode mudar, não pode mentir" –; eles *próprios* contam no palco uma versão de *sua* história, do mesmo modo como fizeram em ocasiões anteriores a outros profissionais da emissora. O "efeito de verdade", nos termos de Vezzetti, é buscado nesse processo.

Com esse ensaio, o produtor procura antecipar todos os momentos da gravação e harmonizar falas e olhares: quando cada um entrará em cena, as falas e as ações da apresentadora, da psicóloga e da plateia, as reações dos convidados. O produtor continua:

Você entrou, mas continua no programa. Continua debatendo — *não falo brigar* —, sem bater boca, cada um tem um ponto de vista e deve defendê-lo. É isso que tem que fazer. O pessoal do auditório vai falar. Se achar que eles faltaram com respeito, responde, mas não precisa faltar com respeito também. Senão fica barraco. Deve responder com educação. Não precisa esperar a Christina perguntar se quer responder. O programa tem que ser dinâmico e animado. Se ficar parado as pessoas dormem. [...] *Tem que falar com energia, falar para fora! Não é para mudar o jeito, mas falar alto.* [...] O meu medo é de vocês responderem com a cabeça ou laconicamente 'sim', 'não', 'talvez', 'não sei'. Não existe 'não sei'. Tem que ter um porquê. Senão, fica chato e parece um interrogatório. *Se passaram na entrevista é porque têm condições de responder e ir bem lá no palco.* [...] Ninguém aqui é artista: não tem a obrigação de falar o português correto, sem gaguejar. Qualquer coisa eles cortam, editam, porque o programa é gravado. *Se preocupem em contar a história de vocês.* É a única coisa que vou encher o saco de vocês. Só parem de falar quando o psicólogo estiver falando. Enquanto estiverem sentados na cadeira, fazem parte do programa, continuem falando. Dúvida?

[...] com o cenário novo, tem uma TV bem na frente do palco. Não fiquem com o olhar parado! Vocês vão para o ar e aí vão se ver à vontade. Onde a Christina estiver, olhem para ela. E prestem atenção no que ela fala. [...] A entrevista que vocês fizeram tem 40 minutos e toda a gravação tem esse tempo. [...] Não é para debater com o psicólogo. É só para ouvir (esquenta de "Por que tanta agressividade?", 23/4/2010).

A autenticidade é, assim, ensaiada: "tem que falar com energia, falar para fora". Ao mesmo tempo, tenta-se controlar olhares e falas. Quando uma convidada afirma que gostaria de mandar um beijo para a patroa (que a tinha liberado do serviço para participar da gravação), e dançar no palco, rompendo com o esquema coordenado de atuações, o produtor não a coíbe, porém reforça os papéis que ambos desempenham na interação – ele fora e ela dentro do palco:

175

No palco, façam o que quiserem. Minha obrigação é pedir para que contem a história de vocês e não parem de falar. Então, fico na frente fazendo sinais. [...] O programa é feito por vocês, mas não podem perder o foco da história, mandar um alô para todo o Brasil, dançar e se esquecer de contar a história, o dia a dia de vocês,

na casa de vocês (esquenta de "Por que tanta agressividade?", 23/4/2010).

Ao ver a convidada levantar-se e dançar, já na gravação, a apresentadora exclama que,

no programa, "não tem nada armado! Se a pessoa quiser dançar, pode" (gravação, 23/4/2010).

Com essa intervenção, é como se nomeasse a cena de "autêntica", contribuindo com a

construção do "efeito de verdade" do programa. 163

As entrevistas, o esquenta antes da gravação, a gesticulação dos produtores na coxia

durante a performance dos convidados no palco, os pedidos do produtor, que chegam pelo

ponto eletrônico usado por toda a equipe... É uma orquestração paulatina de vontades,

impulsos, expectativas e regras do show televisivo. Numa aparência de descontrole (para

alguém de fora do mundo social da produção) bem orquestrado, a gravação acontece.

Entrar em cena: "faltou voz" 164

Mesmo ao recontar a própria história por várias vezes nas entrevistas e com o ensaio

no camarim, há nervosismo entre os convidados por aparecer diante das câmeras. Até para as

integrantes da caravana, como nos trechos citados abaixo, estar no palco é uma experiência

diferente daquela, familiar, de estar na plateia. As luzes e as câmeras, a plateia e a

apresentadora intimidam quem vai entrar em cena.

Quando você entrou no palco teve música?

Carla - Quando entrei parecia que estava flutuando, sério, menina! [risos] Parecia

que estava em outro mundo. É que eu nunca tinha entrado.

Nunca tinha ido lá atrás, na coxia?

Carla - Não, nunca. E o rapaz falou para mim 'vai lá e arrasa!' [risos] (CARLA,

entrevista, 2/2/2011).

Pensando naquela vez que você participou – no camarim e quando você ia entrar no

palco – aconteceu alguma coisa que você não estava esperando?

Neide - Não, eu mesma... a Christina ficou sabendo que eu cantava. Antes de comecar o programa, os mocos que dirigem lá disseram 'ah, você podia entrar

cantando, você pode entrar cantando a música que você quiser'. Eu tentei. Mas,

<sup>163</sup> Essa exclamação já foi citada (p. 69). Há outras versões dessa frase, como a proferida em dezembro de 2009:

"o programa é um retrato sem retoques da realidade". (gravação, 16/12/2009)

<sup>164</sup> Entrevista com Neide (2/2/2011).

faltou a voz! É a primeira vez que eu apareço em televisão – o auditório é diferente do palco –, ali a gente está focalizada e nem percebe que está. Lá me deu um branco, tanto que eles nem mostraram eu entrando, porque eu gaguejei muito e fiquei nervosa.

Ah, você não estava no palco e ela pediu, foi para você entrar.

Neide - Não, foi na hora de eu entrar.

É, não deu para você se acostumar...

Neide - Foi. Eu achei que eu ia conseguir. Tanto que os moços disseram: você entra, vai cantar o que quiser, fique à vontade. Eu fui, quando eu vi aquele monte de câmera, aquela mulherada olhando para mim... Deu um troço. E mesmo assim foi a Raimunda. Como ela disse, 'de repente estava dançando e fiquei sem jeito' (NEIDE, entrevista, 2/2/2011).

Raimunda - Eu entrei dançando 'chupa que é de uva'. Ninguém me mandou fazer nada, mas como o tema era 'Depois da separação, você enlouqueceu', jogou essa música, então, eu entrei dançando. [risos] O que veio na minha cabeça eu fiz.

Filho de Raimunda - Ela enlouqueceu no palco!

[...]

Você não teve vergonha?

Raimunda - Tive, filha. Fiquei com vergonha, tremia tanto feito vara verde, de tão nervosa que eu fiquei. Não sei se foi vergonha ou nervosismo de ver tanta gente ali te vendo, e você ali. Eu nunca fiz. Eu quero testar o que eu sou capaz de fazer. E fiz. E vou fazer se tiver de novo. [risos] Vou morrendo, mas eu faço. [...] só que eu fui ficando nervosa, nervosa, eu sou muito agitada, se eu vou ao médico ou ao programa, acho que se eu fosse a primeira eu me controlaria melhor, mas vai passando todo mundo na minha frente e eu vou ficando nervosa, agitada.

Jéssica - E ela foi o último caso!

Raimunda - [risos] Eu fui a última, eu fiquei... quando chegou lá, eu falei, agora danou-se. Agora tem que fazer, vou fazer. Quando foi para o intervalo, ela falou 'agora vai entrar a Raimunda', pensei 'agora danou-se!' [risos] Quando passou, eu me vi dançando, eu falei, sou eu mesma que está fazendo aquilo? Muito legal; deixou-me nervosa, mas foi muito bom (NEIDE, JÉSSICA e RAIMUNDA entrevista, 25/1/2011).

As três senhoras relataram nervosismo para entrar no palco, mesmo tendo alguma familiaridade com as gravações. O fato de frequentar uma caravana não as ajudou na atuação no palco.

Neide também confirma o nervosismo da amiga, ao vê-la entrar no palco: "no dia que ela [Raimunda] foi, eu percebi o jeito dela. Eu vi como ela entrou. Ela entrou muito nervosa. Tanto que sambou de costas [para a plateia], ela não sambou de frente. Ela entrou dançando forró e virou de costas, nem olhou para frente" (NEIDE, entrevista, 2/2/2011). Segundo Raimunda, "o que veio na minha cabeça eu fiz": tendo para sua entrada no episódio "Depois da separação, você enlouqueceu" a música do grupo Aviões do Forró, a convidada parecia não poder ter outra reação que não fosse dançar, mesmo que de costas para a plateia e para as câmeras.

O forró eletrônico "Chupa que é de uva", um sucesso nas festas de São João em Pernambuco em 2008, 165 era uma das músicas tocadas para a plateia nos intervalos das gravações, para diverti-la, e também na entrada de convidados. Ainda que sentisse vergonha e nervoso, Raimunda entrou dançando, pois julgava ser essa a atitude esperada para uma convidada. Ademais, havia a sugestão do tema: uma mulher "enlouquecida" com a separação. Ao som de um forró cuja conotação sexual é explícita, ela entrou em cena. A associação entre uma mulher "enlouquecida" e sua sexualidade desregrada estava feita.

# A plateia em evidência: a plateia também é palco

Na interação que acontece diante das câmeras, a participação da plateia é esperada. Ao longo da gravação, são previstos momentos em que convidados do palco e integrantes da plateia dialoguem; o microfone circula entre as pessoas e as profissionais que organizam o auditório incentivam a fala. Recuperando o pensamento de Goffman, seria uma das coações que este tipo de interação impõe a todos aqueles que participam, mesmo não estando no palco.

Segundo Esther Hamburger, a transmissão cotidiana das telenovelas ao longo das décadas, a possibilidade dada materialmente para o grande público, de participar de programas, seja opinando sobre ele, seja se exibindo, e até de produzir filmes caseiros, socializaram as pessoas para a linguagem televisiva: "Em seu dia-a-dia telespectadores se mostram sempre dispostos a comparecer a um programa de auditório, a contribuir com uma performance, mesmo que esdrúxula, a emprestar seu caso especial para veiculação ampla". (1998, p. 487).

Em uma gravação do quadro *teste do polígrafo*, em *Márcia*, duas mulheres foram apresentadas ao público como vizinhas que procuraram o programa, pois uma suspeitava de que a outra tivera um caso com seu marido. As duas foram investigadas, ou seja, tiveram suas

CHUPA+QUE+E+DE+UVA+E+SENTA+QUE+E+DE+MENTA+SAO+OS+HITS+DO+SAO+JOAO.html>. Acesso em: 26/1/2013). As primeiras três estrofes são: "Vem meu cajuzinho!/Te dou muito carinho./Me dá seu coração!/Me dá seu coração!/Vem meu moranguinho!/Te pego de jeitinho./Te encho de tesão!/Te encho de tesão!//Me deixa maluca!/Tira o mel da fruta./Me mata de amor!/Me mata de amor!/Me pega no colo;/Me olha nos olhos;/Me beija que é bom!/Me beija que é bom!/Na sua boca eu viro fruta./Chupa que é de uva!/Chupa! Chupa!/Chupa que é de uva!/Na sua boca eu viro fruta./Chupa que é de uva!/Chupa! Chupa!/Chupa que é de uva!/Chupa!/Chupa que é de uva!/Chupa!/Chupa que é de uva!/Chupa!/Chupa que é de uva!/Chupa!/Chupa!/Chupa que é de uva!/Chupa!/C

<sup>165</sup> Cf. "'Chupa que é de uva' e 'Senta que é de menta' são os hits do São João". (Disponível em: <a href="http://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,MUL594268-5598,00">http://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,MUL594268-5598,00</a>

reações analisadas pelo poligrafista enquanto respondiam às questões feitas por Márcia. Nesse ínterim, uma moça da plateia pediu para falar. Apresentou-se – era uma cantora no começo de carreira –, e contou que já havia sido traída pelo marido – ele teve um caso com sua irmã. O que a fez compartilhar tal história, segundo seu depoimento, foi a semelhança entre a fala da suposta traída da dupla e a sua própria experiência. O marido da participante no palco lhe dissera para se afastar da amiga, segundo ele, uma "má companhia". A moça da plateia afirmou que seu marido falava o mesmo sobre a sua irmã. Um dia, descobriu a traição. Ao ser indagada por Márcia – se tinha perdoado –, respondeu que estava separada do marido e tinha, sim, conseguido perdoar a irmã (gravação, 18/11/2009).

Esse depoimento, nos termos de Hamburger "esdrúxulo", ilustra um desejo socialmente partilhado de visibilidade, de estar no palco, sobretudo – poder-se-ia dizer – para uma "cantora no começo da carreira". Em outras palavras, a aspirante à carreira artística conseguiu, ao desabafar publicamente uma experiência conjugal ruim, emprestar seu caso para a produção do programa em troca de uma rápida exibição. Mesmo na plateia, a moça conseguiu ter visibilidade, como se tivesse chegado ao palco. Plateia e palco se confundem nesses momentos: a plateia é uma extensão do palco.

Se a intervenção dessa moça reforça a ideia de que ela buscava visibilidade – e aparecer na TV seria importante para alguém no início da carreira artística –, a atuação de um senhor da plateia ilustra a força que coage a todos aqueles integrantes de uma gravação. É sabido de antemão qual desempenho é desejado.

Suscitada pelo pedido de Christina Rocha, a fala desse senhor, comentando aspectos "íntimos" de sua vida conjugal, repõe a questão da participação, mesmo que pareça "esdrúxula". <sup>166</sup> A caravana que ele frequenta (composta, sobretudo, por mulheres) não aprovou sua intervenção no programa: ele teria "exposto" sua esposa, uma senhora evangélica que não vai às emissoras. Ele teria dito que a esposa não tomava banho com frequência e, por esse motivo, eles não dormiam mais juntos. Ele foi indagado pelas colegas de caravana por que teria contado tal história; ele atribuiu ao nervosismo de ser inquirido pela apresentadora, bem como à vontade de dizer algo frente à solicitação dela.

As brigas de *Casos de Família*, as revelações no palco de *Márcia*, ganham proporção diferenciada quando saem dos limites "da casa" e vão para o palco; quando não são apenas vivenciadas entre vizinhos ou familiares, porém são ensaiadas no camarim e (re)apresentadas no palco, sendo (re)vivenciadas por diferentes pessoas – no palco, na plateia e em casa.

.

<sup>&</sup>lt;sup>166</sup> Soube dessa história por meio de relatos de senhoras que integram a mesma caravana que ele e, portanto, acompanhavam-no nesta gravação.

A Christina aperta. Tem um moço que vai, é um senhor já, bem de idade, ele vai com a gente para a Praça [É Nossa] e é amigo da Ivete [caravanista]. Ele foi para a Christina e estava no auditório. Ela perguntou uma coisa para ele, da esposa, e ele acabou falando uma coisa que ficou feia. [baixa o tom da voz]

O que ele falou?

Ele falou que a esposa não gosta de tomar banho.

A esposa estava lá?

Ela não estava, mas assistiu.

Por que ele falou isso?

Porque começaram 'ah, não sei quem é cheiroso', foi falando, foi falando, deram o microfone para ele, ele começou a falar, falar, ela começou a perguntar, perguntar, perguntar, até que chegou nesse ponto, de ele falar isso. O engraçado é que todo mundo da caravana ficou com raiva dele. [risos] Ele não devia expor uma pessoa que está dentro de casa e convive com ele há muitos anos. Porque jamais eu faço isso para o meu marido, de jeito nenhum. Se for para falar uma coisa que talvez ele não goste, eu falo, por exemplo, ele não gosta de ir ao médico –vai empurrado – ele não gosta de ir. É preciso que eu e os meninos falemos. Ele sofre de pressão alta, mas ele não gosta de médico. Então, eu falar de coisa íntima, eu não.

O que é coisa íntima?

Esse negócio dele de falar que a mulher não gosta de tomar banho, 'por isso não durmo com ela'. Foi isso que ele falou. Acho que ele não deveria falar da esposa dele. Para participar de Casos de Família é preciso muito cuidado, saber o que está fazendo, porque qualquer nervosinho que você ficar, você vai sair falando coisa que não deveria. [...]

Agora fiquei curiosa e queria que a senhora me falasse mais: o marido que falou estava na plateia – e não no palco – estava conversando e falou da esposa.

É. Não tem os quadros? Uma vai falar do marido, outro da esposa, da sogra, daí em diante. Puseram o microfone para ele. Nesse dia eu não fui, não estava nessa caravana. Eu assisti em casa. Deram o microfone para ele falar, ele foi falando, e falou que era por isso que não dormia com a esposa. Aí a Christina, 'por quê?', daí foi 'porque, porque, ela não gosta de tomar banho'. [...] A mulher dele? Nunca vi. [...] a não ser que ela tenha ido quando eu não fui. Mas nunca a vi. Já ele vai a todos.

Ele costuma falar em outros programas?

Não, eu só o vi falando nesse. [risos]

Foi só dessa vez?

Só dessa vez. [...] Acho que ele [participante], achou que seria interessante falar porque, senão, não teria falado. Mas tinha tantas outras coisas que ele poderia ter falado. Ele ainda falou assim 'eu não durmo mais com minha esposa'. 'Por quê?' 'Por quê?' Ele falou que ela não gostava de tomar banho [risos] (LOURDES, entrevista, 1/4/2011).

O que aparece, numa primeira aproximação, como inusitado e espontâneo, pode ser visto também como uma resposta adequada para alguém na plateia. Tendo a visibilidade do palco – quando a apresentadora vem conversar –, o participante deve contribuir "adequadamente", isto é, com uma história pessoal; deve estar à altura de um "bom convidado".

Novamente, não é suficiente para empreender esta análise a ideia de que as "classes populares" teriam uma sociabilidade diferenciada ou a baixa escolaridade faria com que as

pessoas fossem "manipuladas" nesses programas. Senão as colegas de caravana do senhor mencionado não teriam reprovado a sua participação. Estar no palco suscita uma negociação de interesses entre os profissionais da produção, a apresentadora, o diretor e os participantes.

### Repercussão da emissão

Aparecer no programa traz consequências às vezes inesperadas aos convidados, algumas consideradas positivas; outras, não. A contato Maria lembra-se dos empregos que algumas pessoas levadas por ela conseguiram depois de ir ao palco de *Casos de Família*. Diz ela:

Você perguntou o que acontece – coisas muito bonitas –, agora estou lembrando. Várias pessoas que gravam comigo conseguem trabalho. As pessoas fazem para mim, com tanta boa vontade de gravar, vai para lá, não para me ajudar, mas porque querem, com aquela boa vontade, e interagem com todo o mundo. Você acredita que as pessoas arrumam emprego?

Mas não no SBT?

Não, em outro lugar. Eu vou anotando. A Nalva de [Cidade] Tiradentes gravou há um mês e pouco, está trabalhando no [restaurante] Ragazzo. A minha segunda gravação, não lembro sobre o que foi, mas tinha mãe e filha. Filha folgada, algo assim. A mãe vendia bala no farol, a Dona Inês. Faltavam três ou quatro dentes na frente e eles colocaram. Ela teve que faltar três dias no trabalho. Foi para a entrevista, dentista, depois voltou novamente, não sei direito. A mulher que dava as balas para ela vender no farol – ela devia ganhar alguma porcentagem, alguma coisa –, a mulher disse que nunca mais daria bala para ela vender. Ela me ligou aqui chorando e dizendo que a mulher nunca mais lhe daria balas. Falei que poderia ter certeza de que 'as portas da senhora estão abertas para outra coisa'. Você acredita que essa mulher conseguiu serviço registrado no [hipermercado] Extra da Penha? Ela está aqui trabalhando! Acontece muita coisa boa! Empregos, vários, empregos! (MARIA, entrevista, 24/8/2011).

Não há nenhum controle, por parte da produção do SBT, sobre o que acontece com cerca de 1980 pessoas que vão, por ano, para o palco de *Casos de Família*, depois de participarem. Mesmo com a pesquisa aqui empreendida foi difícil correlacionarem-se as mudanças posteriores nas trajetórias dessas pessoas, relatadas nas entrevistas, ao aparecimento na televisão. Em alguns poucos casos, conforme a fala da contato, os convidados conseguem trabalhos, ou seja, há uma melhora (material) das condições de vida. No entanto, essa mudança se relaciona indiretamente com a ida ao programa, sobretudo se for considerada a segunda senhora, que conseguiu um emprego com carteira no Extra. Com dentes, ela não poderia mais trabalhar como vendedora de bala num farol, porém, sim, como caixa de supermercado. O fato de mostrar em seu sorriso uma dentição completa a afastava do

comércio de esmolas e abria a possibilidade de outro emprego – desta vez, formalizado –, no qual também tinha contato direto com o público, não de motoristas ou pedestres, mas de consumidores.

Os ecos da participação, muitas vezes, se encerram ao final da gravação. O pronunciamento de uma "mensagem particular" como uma vingança, um desabafo, ganhar o cachê. Outros ecos, entretanto, ressoam por mais tempo, trazendo consequências até então inesperadas. As longas falas de Raimunda, reproduzidas abaixo, relatam os desdobramentos de sua participação entre parentes, colegas da caravana e vizinhos. Desse modo, a família e conhecidos assistiram à veiculação de "Depois da separação, você enlouqueceu", alguns porque foram avisados, outros porque costumavam assistir ao programa e a reconheceram no palco.

Raimunda - E quando eu me vi na televisão? Digo 'é eu mesma que estou ali?'. [risos] Eu tinha que tomar um banho, que eu suava tanto. [risos] Era eu mesma que estava ali? [risos] [...] eu ainda entrei dançando. Mas eu ri tanto, meu pai, mas eu ri tanto.

[...]

Jéssica - eu liguei para minha mãe lá no Rio, para avisar que ela já ia passar. Aí mostrou a gravação, ela indo para o intervalo, já dançando. A minha mãe contou - a minha irmã teve ter uns cinco anos? A mesma época que eu vim para cá? - que a Samanta imitava a tia dançar. Minha mãe estava morrendo de rir, porque ela [irmã de cinco anos] estava imitando mesmo. Ela dizia a tia está dançando 'chupa, chupa que é de uva, chupa que é de uva'. [risos] [...] Falei 'gente, queria estar lá para ver minha irmã imitar a minha tia dançando!'

Raimunda - O meu irmão chegou e ela [Samanta] falou, 'pai, pai, a tia está dançando 'chupa que é de uva' [risos]. O maior barato, e eu fiquei com tanta vergonha (NEIDE, JÉSSICA e RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

Numa leitura possível da participação de Raimunda, poder-se-ia apontar o uso que o programa fez da história dessa convidada: brinca com sua condição de mulher separada e a associa à loucura. Ao dançar ao som de "chupa que é de uva", a associação é diretamente feita com a sexualidade. Por outro lado, para Raimunda, no momento da gravação, dançar era o que deveria ser feito. Há, portanto, um acordo tácito: os participantes sabem o que deve ser feito tanto no palco (dançar como Raimunda), quanto no auditório (bater palmas como Clara ou fazer comentários engraçados tal qual o senhor da caravana). Num momento posterior, contudo, dançar causou vergonha e trouxe constrangimentos. Os risos durante esse trecho da entrevista indicam o deslocamento dessa situação. A criança imitando também gerou risos, dado o conteúdo sexual da letra. O fato de a sobrinha chamar o pai (e irmão de Raimunda) para mostrar a tia dançando também reforça esse deslocamento.

Em outro trecho da entrevista, Raimunda comenta a reação de seus irmãos e de uma vizinha:

Raimunda - As minhas irmãs não me ligam. Sou eu sempre que estou ligando. A Christina Rocha queria fazer meu casamento com um aposentado que estava lá no programa, né? Fez o mesmo caso que o meu. Daí eu falando com minha irmã: 'se você chegar aqui, nega - ela me chama de nega -, com aquele desdentado você vai ver!' [risos]. Aí liguei para o meu cunhado e ele falou 'Mindinha, que ele me chama assim, me diga uma coisa, você trabalha para sustentar aquele molequinho?'. Digo, 'oh! Meu pai'. Cada um tem... como se diz? Um jeito de falar, de questionar a gente, para saber o que a gente está fazendo. [risos]. Meu irmão me ligou: 'me diga uma coisa: você é tudo aquilo?', 'Eu não sou'. Eu falei: 'Eu bebo'. Lá no SBT todo mundo queria saber se eu tinha um caso com o rapazinho. Ele foi me defender e tem 19 anos. Eles queriam saber se eu tinha um caso com ele. Eu falei 'eu vou para a balada com ele, bebo mais ele, mas não temos um caso'. Até a Christina Rocha queria saber, as bichas que estavam lá fazendo o mesmo tema também, 'isso não existe, amizade assim'. 'Só não existe na sua cabeça, porque na minha existe esse tipo de amizade'. E foi aquela bagunça toda. Mas foi muito legal. E a minha família querendo saber se eu sou tudo aquilo mesmo. Domingo mesmo parou uma mulher, 'Raimunda, quero falar com você'. 'Sobre?', 'eu assisti Casos de Família, o tema que você fez, e você é daquele jeito?'. 'Sou'. 'Você faz tudo aquilo, a sua amiga falou tanto mal de você...', 'lá, é a opinião dela, porque em minha opinião beber e ir para as baladas não quer dizer que eu seja uma vagabunda'. Ela falou tudo aquilo, mas eu bebo e vou para as baladas. Não quero nem saber: depois da separação eu quero é curtir a minha vida. Mas, se as pessoas que assistem entendem de outro jeito, é problema delas. Eu não estou nem aí. Eu estou tranquila, eu não quero saber de quem fala mal de mim. Quero saber quem eu sou - e eu sou assim mesmo (NEIDE, JÉSSICA e RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011).

Uma das questões de fundo nos comentários dos parentes e vizinhos – e que o programa reforçou – é a da sexualidade. Seria possível para uma senhora separada – de 47 anos e mãe – frequentar lugares públicos para dançar e beber, sem ser uma "vagabunda", isto é, que tivesse sua sexualidade "controlada"?

Entre as colegas da caravana, a participação de Raimunda foi mencionada quando se comentava a exposição da intimidade. Uma integrante da mesma caravana lembrou-se do arrependimento confessado por Raimunda ao entrar dançando ao som do forró. Ela sentiu-se "chula", isto é, aceitou fazer uma performance vulgar, contrariando sua intenção no programa, de mostrar que "curte a vida" sem ser "vagabunda". Já a caravanista que a leva a algumas emissões do SBT falou da outra participante, a amiga, "até comadre", de Raimunda, que na televisão disse o que nunca tinha dito antes. Em seguida, os dois trechos:

Participaria de Casos de Família?

Aí depende. No programa da Christina depende do caso. Assim, o programa dela expõe muito a gente. A Christina é danada, eu a adoro, gosto muito dela, mas ela vai falando, vai te prensando, prensando até ver se você fala coisa que depois se arrepende.

*Você acha que se arrepende?* 

A Raimunda me contou que se arrependeu. Ela participou. Ela me disse que falou uma coisa que ela se arrependeu. Ela falou que foi muito chula, termo que ela usou. Mas a Christina aperta. [...]

A senhora falou da Raimunda: ela achou que no palco falou o que não devia? Ela se arrependeu? Foi isso também com ela?

Eu estou falando, mas eu não assisti. Ela me ligou, falou o dia e nesse dia eu tinha médico justo na hora. Não assisti, mas vi uns pedaços na internet. [...] a única coisa que ela falou que se arrependeu é de eles mandarem entrar dançando e ela entrou. Ainda dançando aquela música 'chupa que é de uva'[risos]. Ela falou que foi só isso, do resto, ela disse que ficou muito nervosa quando entrou. Ela falou que parece que dormiu, porque nem viu (LOURDES, entrevista, 1/4/2011).

A amiga lhe disse: 'na nossa rua, todo mundo fala mal de você'. Ela não sabe porque falou, nem a Raimunda entendeu por que ela disse. [...] Quem viu, não diria que era uma amiga. No fundo, a Raimunda achou que a amiga queria lhe dizer aquilo, mas não tinha coragem. Na TV, teve. Acho que amizade fica abalada. [...] As duas combinaram o que iriam dizer, foi sabendo o que diria. Mas na TV disse mais, o que nunca tinha dito. Não tinha liberdade para falar isso. São amigas há muito tempo, até comadres são (JOANA, entrevista, 23/3/2011).

Neide lembrou a surpresa da amiga com os comentários das comadres no palco:

Aí, depois ela sentou, as colegas dela falaram coisas que ela ficou de boca aberta. Falaram coisas que não tinham nada a ver com ela. Ela ficou boba. Ela falou 'Neide, elas falaram que eu saio todo o dia'. Foi a mesma coisa comigo. Elas se sentiram à vontade de falar e ela ficou horrorizada com as colegas, mas acho que foi isso com ela. Porque é a primeira vez que aparece [na televisão] (NEIDE, entrevista, 2/2/2011).

Neide comentou ainda que houve uma briga entre uma dessas comadres e o marido, devido à atuação no programa:

Estão brigados porque ele disse que não gostou do que falaram da Raimunda, ela [esposa] não tinha que se rebaixar daquele jeito. Sei lá o que ela disse que eu não me lembro... [...] A Raimunda disse que não sabe o que faz, tem que ir lá, mas está com vergonha de falar com ele. Diz que ele não gostou e não quer que a mulher se aproxime da Raimunda. Isso é coisa de marido... (NEIDE, entrevista, 2/2/2011).

Tanto no "caso" de Raimunda como no de Neide, comentou-se que os convidados exageraram. A amizade entre Raimunda e suas comadres foi abalada depois da ida ao programa. Em relação à participação do irmão de Neide, as consequências foram diferentes. Mesmo que ele tenha "falado mal" da irmã e "exagerado", não houve uma repercussão ruim. Segundo Neide, eles já tinham combinado e, na gravação, o psicólogo teria percebido a hesitação do irmão ao falar dela:

[...] o meu irmão ficou falando de mim, só que o meu irmão, antes, ele não queria ir. 'ah, mana, vou falar mal de você?'. Como eu te falei, a nossa família é muito unida. Ainda falei para ele: 'o que é isso, você está precisando de dinheiro... Fala, mano, não vou ligar'. 'Não mesmo?' 'Não!' Aí, o meu irmão falava, ele dava um sorriso, ficava meio assim comigo. E o psicólogo percebeu. Ele falou é, o irmão dela não está tão seguro, não. Ele gosta muito da irmã. Ele falou, mas ele não está assim... ele gosta muito dessa irmã dele (NEIDE, entrevista, 2/2/2011).

Ademais, ela foi elogiada por Christina e pela produção que a reasseguraram em seu papel de mulher separada, porém digna: "eles falaram que eu estava bonita. Nossa eu me senti tão bem. 'Uma avó tão bonita assim, bem vestida', a Chris falou. 'Essa roupa é do SBT?' 'Não', eu falei, 'é minha mesmo'. Eu não troquei no SBT". Para ela, sua aprovação pela

equipe da TV transparecia pelo elogio feito à sua aparência. Ela havia escolhido uma roupa tão bonita quanto uma oferecida pelo programa. Com as entrevistas na seleção, eles sabiam antes da atuação no palco que ela não era:

[...] como mulher que separa do marido e sai com um monte de homem. Enche a cara, bebe. Eu não. Eu saí porque eu quero me divertir, mas eu não quero ficar saindo com um monte de homem. Então, eles estavam sabendo de tudo isso. Eu não falei lá na hora, mas o papel estava com ele [psicólogo], eu falei no teste, eu chorei, eu falei a minha vida para eles (NEIDE, entrevista, 2/2/2011).

Ainda que a psicóloga e produtores tenham afirmado, nas entrevistas, que as equipes da produção fazem um relato antes da entrada no palco – e é desse modo que psicólogos e a apresentadora tomam conhecimento do que irá acontecer –, para a entrevistada, o psicólogo parecia ter um profundo conhecimento de sua história, uma vez que ela tinha falado no teste, "falei a minha vida para eles".

Para ambas, Raimunda e Neide, o programa se colocou como um exercício de reflexividade, no qual buscavam mostrar-se como mulheres "dignas". Ao "contar a vida", "falar tudo o que sente", queriam ter seu comportamento legitimado pelo "pessoal da televisão". Entretanto, com a repercussão das performances, na veiculação, somente uma delas conseguiu ser aprovada pela audiência dos próximos – familiares e vizinhos.

# 5 Participantes da plateia em No Divã do Gikovate

A sua pesquisa vai ficar espraiada, porque é muito diferente o público de um e de outro. Não tem nada ver. Nada a ver! São pessoas de outra classe social, outra mentalidade, outra idade, vai ficar bem, bem... diversificado. [...] [No Gikovate] São mulheres e caras de idade, não tem jovens. Mas você vai entrar... é aquele aspecto: quem pode ir ao programa vespertino? Só mulheres. O Gikovate é à noite. As pessoas vão depois do trabalho. Agora, se você pegar a coisa vespertina, só dá mulher. Os homens estão trabalhando, salvo exceções, como eu. Eles estão sempre trabalhando. O homem é definido aqui no Brasil pelo trabalho que ele exerce. É questão fechada. A mulher, não. A mulher sempre tem o papel de ser mãe, pode ser profissional, poder ser a que cuida da mãe, da avó. Ela tem vários papéis socialmente aceitos. Os homens basicamente não. São cobrados pela parte profissional (MAURÍCIO, entrevista, 30/4/2010).

Como bem ajuíza o entrevistado Maurício, o público que frequenta as gravações da Livraria Cultura, conforme mencionado especialmente no item "Quem vai" (p. 84), é distinto daquele do palco e da plateia, na televisão. Como foi afirmado algumas vezes, no teatro, tratase de um público com um maior capital econômico, social, cultural e afetivo.

Ao longo da pesquisa, buscaram-se elementos para significar essa afirmação e, no levantamento realizado nas idas às emissoras e ao teatro, chegou-se a algumas quantificações que contribuíram para situar os grupos sociais estudados. Antes, como faz Miceli em relação à análise do público de Hebe Camargo, "convém fazer alguns reparos e indicar as limitações que caracterizariam esses resultados" (2005, p. 99). Uma das limitações enfrentadas acerca dos números aqui apresentados diz respeito à irrelevância estatística, pois foram informações colhidas no campo sem que elas pudessem constituir uma mostra representativa da totalidade dos envolvidos na produção da plateia e do palco. No entanto, ainda que não tenha sido feito um retrato rigorosamente quantitativo, a experiência do campo permitiu estabelecer alguns traços gerais de seus membros.

No evento do mês de novembro 2009, a produção de *No Divã do Gikovate* autorizou que um pequeno questionário fosse aplicado aos participantes antes do início das gravações. Das quase 150 pessoas presentes, 78 entregaram-no preenchido. As questões buscavam identificar o público preliminarmente: sexo, idade, estado e município de nascimento, bairro da residência, grau de escolaridade, profissão, frequência com que costuma ouvir o programa na rádio e ir às gravações na livraria. Ainda que, dito novamente, não se tratasse de uma pesquisa com mostra aleatória, a investigação contribuiu para substanciar algumas impressões a respeito do público do psicoterapeuta no teatro. <sup>167</sup>

A construção das diferenças entre esse grupo e aquele da televisão baseou-se também em juízos da "sociologia espontânea" – tal como Bourdieu (2006) chamou as reflexões dos agentes sociais acerca de suas práticas –, colhidos nas entrevistas, <sup>168</sup> bem como nas observações diretas feitas nos espaços de gravação.

Essa armação – uma tentativa de cerzir os juízos dos agentes acerca de suas experiências à trama de relações no interir dos mundos sociais estudados –, montada nas reflexões apresentadas nos capítulos anteriores, também foi feita para os participantes de emissão do psicoterapeuta. Como ensina Bourdieu já em seus trabalhos iniciais,

o sociólogo se esforça, de um lado, para recobrar e compreender a consciência espontânea do fato social, consciência que, por essência, não reflete sobre si; e, de outro lado, ele se esforça para apreender o fato em sua própria natureza, graças ao privilégio que lhe confere sua situação de observador que abdica de "agir sobre o social" para pensá-lo. A partir daí, ele se obriga a reconciliar a verdade do dado objetivo, que sua análise lhe permite descobrir, e a certeza subjetiva daqueles que vivem esse dado (2006, p. 91).

A partir de uma sociologia espontânea, a intenção foi objetivar o senso prático dos ouvintes e leitores do Dr. Gikovate, ressaltando como ele é pautado por uma competência afetiva mais elaborada em relação aos convidados do palco da TV.

<sup>168</sup> Os locais e os horários nos quais as entrevistas foram realizadas, num e noutro grupo, recolocam algumas diferenças: aquelas realizadas com participantes da gravação de *No Divã do Gikovate* aconteceram em lugares públicos, em áreas centrais da cidade, e depois do horário de trabalho. A única exceção foi a que aconteceu no local de trabalho de um dos entrevistados, durante o horário de expediente. Por outro lado, todas as entrevistas com pessoas que frequentam o palco ou a plateia dos programas de TV ocorreram em suas respectivas casas, localizadas em áreas periféricas da cidade ou do entorno de São Paulo, e no início da tarde. Enquanto o primeiro grupo social preferiu ser entrevistado em um lugar público, criando um distanciamento entre pesquisadora e entrevistado, o segundo grupo não considerou minha ida às suas residências como algo a ser evitado. Ademais, o horário também indica um grupo mais engajado formalmente ao trabalho do que outro.

6

<sup>&</sup>lt;sup>167</sup> Do universo de 78 questionários foram selecionadas, em 2010, doze pessoas (sete homens e cinco mulheres), para serem entrevistadas na segunda etapa da pesquisa.

#### Características gerais de composição das plateias

Há uma preponderância sexo feminino entre os presentes nas gravações do Dr. Gikovate. No dia pesquisado, elas eram mais da metade (65,4%). Entretanto, a porcentagem de espectadores homens é relativamente maior se comparada a dos outros programas estudados, que possuem quase que exclusivamente mulheres.

Em relação à faixa etária, o psicoterapeuta atrai um público adulto. Naquela gravação, quase 45% tinham entre 45 e 59 anos, sendo que essa porcentagem chegava a mais de 80% quando se agrupavam os maiores de 35 anos. Nos dois programas de TV, a plateia é composta basicamente por pessoas de duas faixas etárias: as nascidas depois de 1985, chamadas pelos profissionais da produção da Bandeirantes de "crianças", e aquelas nascidas antes de 1960, as "meninas", na faixa dos 50 anos ou mais. <sup>169</sup> Nesse sentido, a plateia do Dr. Gikovate é mais homogênea: adultos em idade economicamente ativa.

Os integrantes do Teatro Eva Herz entrevistados afirmaram residir, sobretudo, em bairros relativamente centrais da cidade, ou seja, em áreas mais ricas, urbanizadas e, consequentemente, que concentram diferentes equipamentos públicos. Entre os mais mencionados, estavam: Higienópolis, Santa Cecília, Jardim Paulista, Cerqueira César, Consolação, Bela Vista, Aclimação, Vila Mariana, Saúde, Mooca, Santana e Butantã. Os participantes dos programas veiculados pela televisão residem em áreas periféricas da cidade de São Paulo, como na Zona Sul (Campo Limpo, Capão Redondo e Jardim Angela) e na Zona Leste (Sapopemba, Itaim Paulista e São Mateus), bem como da Região Metropolitana (bairros de Osasco, Guarulhos e Diadema, dentre outros municípios também citados).

Obtiveram-se ainda informações sobre o status migratório desses grupos: quase 70% dos investigados no teatro nasceram no Estado de São Paulo. Já na plateia da TV, entre as mais novas, a grande maioria também é nascida no Estado de São Paulo, enquanto quase metade das mais velhas é migrante de Estados nordestinos.

Outra informação importante diz respeito à escolaridade: a grande maioria no teatro (80% dos que responderam) declarou possuir uma das seguintes opções: "ensino superior incompleto", "ensino superior completo", "mestrado", "doutorado", "outra pós-graduação". Esse resultado – já esperado, uma vez que se trata de um público letrado que frequenta uma

<sup>&</sup>lt;sup>169</sup> Vale lembrar aqui a profusão de códigos nativos de classificações que, no terceiro capítulo, foi aventada: "senhorinhas", "senhoras", "jovens senhoras" para se referir a essa faixa etária especialmente.

livraria numa área considerada nobre da cidade e compra livros –, é oposto ao encontrado nos auditórios dos programas de televisão. As "garotas de programa", por sua vez, têm poucos anos de estudos: quando indagadas, grande parte declara ter o "ensino fundamental incompleto" ou ser "analfabeta". Geralmente as mais novas, nascidas depois de 1985, possuem uma escolaridade mais elevada, isto é, declaram ter completado o ensino médio. Ainda fazem parte desses auditórios da TV, estudantes por volta dos 15 anos de idade, cursando o ensino médio. Geralmente são levados pelas "agências". Esse público jovem é exceção nas gravações do psicoterapeuta.

As informações a respeito da escolaridade acompanham as de profissões. O Dr. Gikovate atrai um público inserido no mercado formal de trabalho, composto por profissionais liberais com curso superior – engenheiros, advogados, médicos, dentistas, fisioterapeutas, administradores –, dentre os quais se destacam os profissionais ligados à área da saúde; além deles há professores (do ensino fundamental a universitários), funcionários públicos, secretárias executivas e artistas plásticos. Por outro lado, a maioria dos participantes na televisão, seja do auditório seja do palco, está desempregada ou exerce trabalhos precários – são diaristas, costureiras que exercem sua ocupação em casa, ajudantes gerais (de pintor, de pedreiro), auxiliares (de limpeza, de produção), fazem bicos.

Se algumas análises de Eduardo Marques (2007a; 2007b; 2011) acerca das redes de apoio social forem retomadas, as informações acerca do local de residência e da condição de migrante ganham mais sentido para dimensionar a importância da sociabilidade gerada na produção desses programas de televisão. To tamanho, a densidade e os tipos de vínculos dessas redes – no sentido de uma menor "homofilia" e um menor "localismo" – indicam a possibilidade de o indivíduo encontrar apoio para questões cotidianas, também de trabalho (um de melhor qualidade, com vínculo formal, por exemplo) e de saúde. A residência afastada do centro, em áreas menos favorecidas, o baixo grau de escolaridade, engajamentos precários de emprego, reforçariam as condições de vulnerabilidade desse grupo social, ou, em

0

<sup>&</sup>lt;sup>170</sup> Para uma definição dessa rede de sociabilidade, ver a citação feita anteriormente (p. 127).

<sup>171</sup> Segundo Marques, "homofilia é a característica de uma relação que descreve a coincidência de atributos entre os indivíduos", sendo, portanto, muitos os tipos possíveis (sexo, idade, escolaridade, raça etc.). Pode haver uma relação homofilica de sexo, quando mulheres, por exemplo, se relacionam majoritariamente entre si. A homofilia é uma característica importante porque "relações entre indivíduos com atributos diferentes tendem a veicular mais frequentemente informação e recursos materiais e imateriais não redundantes" (2011, p. 67-68). Já o localismo diz respeito à "proporção da rede que habita próximo ao ego [pessoa pesquisada]", indicando uma maior ou menor circulação da pessoa pelo espaço e a dispersão da rede geograficamente, isto é, "o pertencimento a esferas de sociabilidade geograficamente distantes ou próximas" (p. 68). Em outras palavras, situações sociais piores estão associadas a maiores graus de homofilia, bem como a um maior localismo dos vínculos (cf. p. 70). Isto porque produzir e manter essas redes de apoio demandam custos de ordem diferentes — materiais e simbólicos.

outros termos, uma menor possibilidade dessas redes de apoio serem densas e efetivas. Nas palavras de Marques:

Redes e atributos são fortemente impactados por mecanismos que envolvem recursos econômicos, processos educacionais e migratórios, a geografia urbana e a segregação e os acúmulos de vantagens e desvantagens nas trajetórias de vida. A grande maioria desses mecanismos é circular e tende a ser cumulada socialmente, impactando mais negativamente os indivíduos na razão direta de sua pobreza. Em decorrência da ação conjunta desses mecanismos, indivíduos mais pobres tendem a ter redes com maior homofilia, mais locais e mais recentes do que indivíduos não pobres (2011, p. 70).

Tais informações são relevantes na medida em que possibilitam traçar contornos dos grupos sociais envolvidos na produção e no consumo dos bens culturais aqui estudados, pertencentes a universos mentais distintos, com repertórios expressivos e afetivos específicos.

A fala de uma entrevistada, a respeito daqueles que procuram a gravação no teatro, tenta delinear um grupo abastado. Para ela, essas pessoas já estariam "despertadas" para temas da "cultura psi", buscando diferentes meios para aprofundar seu conhecimento, "você procura saber mais". Em outros termos, possuiriam um repertório prévio e consumiriam certos tipos de bens culturais. Silvia responde,

O Dr. Gikovate ajuda as pessoas?

Lá [no palco]? Acho que de alguma forma ajuda, porque alguém vai lá e o escuta falar, ou pode comprar um livro dele e ler... [...] Quem vai lá, a pessoa vai despertada por alguma coisa. Acho que, quando você se desperta por alguma coisa, você procura saber mais. Você pode comprar um livro dele, 'poxa, essa questão me deixou interessada', 'vou me aprofundar nisso', 'vou querer ler sobre isso', 'como as pessoas reagem a tal coisa?'

Na verdade, então, a fala dele é mais um [elemento] num conjunto de...

Acho que se alguém nunca leu nada de psicologia, não lê artigos... tem a Betty Milan, a Lya Luft, isso na parte social – não sei se uso a palavra certa... Elas falam coisas. Se a pessoa está acostumada a ler, ela vai entender o que ele fala de pouquinho. Mas se alguém nunca leu nada, fica difícil a pessoa entender o que ele quer dizer. Como você vai se reposicionar diante daquela questão que você fez? Você entendeu a resposta dele? Ele fala pouquinho. Ele não vai te cutucar para você ter uma coisa diferente (SILVIA, entrevista, 11/5/2010).

Silvia também chama a atenção para um aspecto importante relacionado ao consumo de bens culturais, como os produzidos pelo Dr. Gikovate, isto é, cuja temática é a do discurso terapêutico. Para compreender seus escritos ou suas falas é preciso ter referências – "se alguém nunca leu nada, fica difícil a pessoa entender o que ele quer dizer". Seria necessário ler livros e artigos "de psicologia", inclusive de outros autores, como as colunistas Betty Milan e Lya Luft, que na época da entrevista escreviam para a revista *Veja*, a fim de que fosse construído um repertório. Desse modo, as rápidas intervenções do "terapeuta midiático" ("ele fala pouquinho"), no programa de rádio, seriam apreendidas a partir de um repertório já constituído (mas, também em constituição), no interior de uma trama de significados, e,

assim, poderiam ser entendidas. Para ela que possui esse repertório – "apesar de não ter lido um livro [dele], tem coisas que ele fala e que são muito profundas. [...] ele não precisa dizer muito, mas o pouco que ele diz, para mim, já é suficiente" (entrevista, 11/5/2010) –, as falas do psicoterapeuta seriam compreendidas, pois ela conseguiria relacioná-las a outras.

A entrevistada também se refere a um tipo de leitor/ouvinte em especial: aquele ativo, no sentido de que busca conhecimento ("você procura saber mais"), e autorreflexivo, que se reposiciona frente às orientações obtidas, uma vez que elas lhe são compreensíveis ("como você vai se reposicionar diante daquela questão que você fez?").

Em outro momento da entrevista, Silvia menciona novamente a necessidade de o leitor/ouvinte possuir um repertório a fim de atinar os escritos e as falas do Dr. Gikovate, e, ainda, afirma a necessidade da reflexão. Diz:

Ajuda no momento... que informações elas têm também para, quando ele fala, elas... Porque se chega alguém lá, caindo de paraquedas, se nunca viu nada, nunca teve grandes questionamentos na vida, chega lá e escuta aquilo, vai dizer que não resolveu nada. Tem coisa que ele fala subliminarmente... não, nas entrelinhas. Você percebe alguma coisa que ele quis dizer. Isso você desenvolve, ou é com leitura, ou ficando muito atenta às pessoas. Hoje, as pessoas são muito... sabe? As pessoas agora ficam na internet, falam ao telefone, são multicoisas. O que será que fica? Elas percebem? Precisa ter a reflexão, senão não soma A mais B, C... [...] eu acho que o que ele fala, não sei se resolve para todo o mundo, às vezes a resposta que ele deu para quem perguntou, a pessoa nem... Mas para outra, pode ter utilidade (SILVIA, entrevista, 11/5/2010).

Se a pessoa não cultiva sua interioridade, ou "nunca teve grandes questionamentos na vida", não bastaria ouvi-lo (ou ler seus livros). Em outros termos, o discurso terapêutico pressupõe (mas também ajuda a constituir) um ator ativo que domine o repertório mobilizado e possua uma postura reflexiva – capaz de identificar seus problemas e de ter empatia pelos outros ("ficando muito atenta às pessoas") –, e, assim, reaja aos comentários examinando racionalmente as suas práticas. Seriam esses aspectos da competência afetiva concebida por Illouz (2008; 2011).

As orientações do psicoterapeuta estariam subentendidas, "nas entrelinhas", ou seja, pressuporiam certo entendimento para serem depreensíveis. Esse repertório e esse *habitus* seriam "desenvolvidos" com "informações", "grandes questionamentos na vida", "leituras", "observações atentas das pessoas" e, sobretudo, "reflexão". Outra entrevistada, Cristina, compartilha da mesma opinião. Embora julgue que o programa tenha uma "linguagem bastante acessível", quando indagada sobre o público, afirma:

Não deixa de ser uma elite. Talvez as pessoas com menos escolaridade – não vou dizer que não tenha pessoas... nem que o programa seja hermético e que pessoas com menos escolaridade não vão entender –, mas, de qualquer maneira, até pelo tipo de programa, a pessoa precisa ter um pouco de informação para se ligar nisso (CRISTINA, entrevista, 21/5/2010).

Já em relação aos programas de Márcia Goldschmidt e Christina Rocha, a mesma entrevistada diz se tratar de uma versão inferior, rebaixada ("um Gikovate com *downgrade*"), destinada a outro grupo: mais "simples", de "nível baixo", com "menor escolaridade". Diz ela,

[esses programas] É um Gikovate com *downgrade*, seria isso. Porque você vê que são pessoas simples, um nível mais... baixo, para outro público. Mas com os mesmos problemas. [...] Eu falei para você, é como se fala. Pode falar mais bonitinho, outra pessoa pode falar com linguagem mais tosca, mas, no fundo o problema é o mesmo. Você veja: esse problema de a mulher apanhar. É na classe E, e na classe A. Mas na classe E, a mulher vai à delegacia da mulher e a da classe A resolve no advogado. Nem quer se expor. Mas esse problema de violência contra a mulher é em todas as classes. [...] São as mesmas questões com outra roupagem, de maneira menos sofisticada. Questões de falta de dinheiro, qualquer relacionamento complica (CRISTINA, entrevista, 21/5/2010).

A entrevistada percebe os recursos mobilizados pelos dois grupos sociais ao lidar com problemas conjugais: eles são referidos por linguagens distintas ("tosca" e "bonitinha"), as tentativas de resolução são diversas ("delegacia" e "advogado") e geram consequências diferentes (uma leva à exposição e outra a evita). Novamente é possível associar esses aspectos, mencionados pela entrevistada, ao que foi nomeado aqui como competência afetiva. São, portanto, grupos sociais que possuem sensos práticos diferenciados.<sup>172</sup>

O administrador aposentado Jonas, de 61 anos, traz outros pontos ao relacionar os bens culturais do rádio e da televisão:

Não vejo sensacionalismo, não vejo publicidade, não vejo interesse pessoal [no programa do Dr. Gikovate]. Vejo um interesse coletivo de se fazer uma conversa, uma reflexão com as pessoas. Evidentemente tem que ler o livro dele para ter conhecimento. Não tenho dúvida de que ele vai gostar se o público for aumentando. Faz bem para o ego, mas não vejo que esse seja o motivo. Os outros programas buscam audiência [...] é diferente desses programas de audiência: 'que vamos fazer?', 'vamos levar casos de família', 'mundo cão', isso pega audiência, a maioria das pessoas que... Não tem isso [no Gikovate]. Mas podem ser feitas várias críticas a ele. Lado ético, [porém] de ajudar na reflexão, mesmo sendo dois ou três minutos, ele é coerente. Acaba a palestra e eu fico lá, vendo os livros [do Gikovate que ficam expostos]. É pouco, mas eu tiro proveito (JONAS, entrevista, 7/5/2010).

como a produção dos programas estudados reconhece e reforça essa diferença nas emissões veiculadas. Vale

divulgava em seu programa uma maneira de "lidar" com a pensão alimentícia tal como a "classe A" supostamente o faria – com advogados –, nos termos da entrevistada Cristina, porém o tom da linguagem era o do conflito. Como se não fosse possível a esse grupo outro tipo de mediação, que não aquele do bordão de Márcia "mexeu com você, mexeu comigo!", justiceira, a lei do mais forte.

172 Há outro aspecto relacionado à questão da diferença de recursos mobilizados pelos grupos sociais, qual seja,

lembrar aqui um quadro do programa de Márcia Goldschmidt, que foi ao ar poucos meses antes de seu programa deixar a grade de programação. Ele trazia advogados para mediar e (potencializar) conflitos levados ao palco. Cada uma das partes — a reclamante (geralmente mulher, como no quadro do polígrafo) e o interpelado (com frequência um homem) — era acompanhada por um profissional que a ajudava a explicitar quais os problemas enfrentados e possíveis soluções. As construções dos suspenses e das revelações durante a emissão eram semelhantes àquelas do quadro protagonizado pelo poligrafista. Num desses episódios, estavam presentes um casal já separado que brigava pela pensão do filho, e os advogados que, respectivamente, defendiam e acusavam os envolvidos, explicitando direitos e deveres previstos em lei para cada uma das partes. Entretanto, os batebocas, o "barraco" sobressaia na emissão, e não o apaziguamento da situação. Em outras palavras, Márcia

Além de linguagens diferentes para se expressar e maneiras distintas de lidar com o problema, tal qual apontado no trecho da entrevista de Cristina, Jonas pontua que os programas de TV seriam "sensacionalistas" e mostrariam o "mundo cão" em nome da "audiência", enquanto o do psicoterapeuta seguiria uma lógica distinta, de "interesse coletivo". O Dr. Gikovate não almejaria "publicidade" ou teria "interesse pessoal" com o programa na CBN, ou seja, não estaria enredado à lógica comercial do mesmo modo que os depreciados programas televisivos. <sup>173</sup>

Enquanto o público da TV desconhece a emissão da CBN – não sendo mencionada em nenhuma das entrevistas –, o da rádio geralmente conhece as de Márcia e Christina. A aproximação proposta – uma estratégia analítica para sublinhar gradações de competência afetiva nos grupos sociais estudados – gera estranheza nos entrevistados do psicoterapeuta, que, na maioria das vezes, rechaça a possibilidade desse exercício. Ademais, eles desqualificam as emissões da TV como aquelas que mostrariam, nos termos de Jonas, "o mundo cão" no embate por audiência. Lógica comercial à qual o programa da CBN, para eles, não estaria submetido. Ainda: ser comparado com o público desses programas seria outro modo de depreciação, assim como apontar a homologia entre a posição do Dr. Gikovate e a dos psicólogos ou apresentadores das emissões televisivas.

Uma possível crítica do entrevistado ao Dr. Gikovate estaria relacionada à brevidade da fala do psicoterapeuta. Por outro lado, estar na livraria permitiria o acesso a outros bens culturais dele (e de outros) – que, em certo sentido, seriam prolongamentos de suas intervenções – dos quais os espectadores poderiam "tirar proveito", assim como o próprio Jonas faz. São bens, portanto, que se complementariam.

#### Dr. Gikovate, como um "fast food" da psicanálise

Silvia é uma assídua participante das gravações de *No Divã do Gikovate*, no Teatro Eva Herz. Aos 63 anos, formada em Jornalismo pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, trabalha como secretária num escritório próximo ao Conjunto

\_\_

<sup>&</sup>lt;sup>173</sup> Nota-se que nem todos os entrevistados compartilham essa visão: Otavio, mencionado anteriormente, associava a participação do psicoterapeuta na novela das oito, na Globo, com um modo de propagandear a emissão na CBN, integrante do Sistema Globo de Rádio. Mesmo submetido à lógica comercial, o "terapeuta midiático" não perde, no entanto, credibilidade.

Nacional. Ela deixa seu carro no estacionamento do prédio onde trabalha e caminha pelo bairro Jardim América para chegar ao teatro. Na maioria das vezes vai acompanhada por sua irmã, Cristina, e uma amiga, Aurora, ambas já aposentadas, viúvas e poucos anos mais velhas. Como Silvia, elas também cursaram o ensino superior e trabalharam fora. Ambas residem relativamente próximas do local das gravações, uma na Vila Nova Conceição e outra em Higienópolis.

Tal qual a irmã, Cristina sempre trabalhou como secretária executiva. Depois de formada em Relações Públicas, na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), cursou por três anos Comunicação Social na mesma instituição, porém não se formou. Já Aurora, além da graduação em Letras na Universidade Presbiteriana Mackenzie, é formada em inglês pela Cultura Inglesa, tendo sido professora de português e inglês em escolas particulares e, também, secretária executiva.

Participar da gravação é uma entre outras atividades que elas fazem nos momentos de lazer: frequentam ainda, no mesmo teatro, a gravação de outra emissão da CBN, *Fim de Expediente*; <sup>174</sup> costumam ir ao cinema, "na região da Paulista", a concertos musicais, realizados no Museu da Casa Brasileira, no Jardim Paulistano, e na Sala São Paulo, em Santa Cecília.

As três já tinham familiaridade com a produção e a trajetória do Dr. Gikovate, quando a emissão da CBN foi ao ar. Aurora e Cristina encontravam com ele nas idas ao cinema – "ele ainda tinha cabelos pretos e era gordinho", indicando o longo tempo que o conhecem, já que ele próprio afirma, nas gravações, ter sido mais gordo na mocidade.

A jovial secretária Silvia tomou conhecimento da obra do psicoterapeuta a partir dos escritos semanais na *Folha de S. Paulo* (FSP), ainda na década de 1980. Naquele momento, ela começava a repensar seu casamento. Algum tempo depois, separou-se. Desde então, vive com sua única filha (que, atualmente, é adulta e trabalha), fruto desse relacionamento. Elas moram num apartamento na região do aeroporto de Congonhas, no Campo Belo. Diz a entrevistada:

Quando você lê alguma coisa de alguém que você acha interessante, que levanta uma polêmica, você acompanha. Uma forma de eu acompanhar o Gikovate era eu ler as colunas dele. Eu me lembro de uma dessas colunas que ele escreveu era sobre

A entrevistada parece confundir os jornais, pois afirma que lia sua coluna em *O Estado de S. Paulo*. A coluna da FSP foi publicada entre 1980 e 1984, de acordo com o site oficial do psicoterapeuta (Acessado em 1/3/2013).

**-** .

<sup>&</sup>lt;sup>174</sup> *Fim de Expediente*, apresentado por um escritor, um ator e um economista (respectivamente, José Godoy, Dan Stulbach e Luiz Gustavo Medina), é veiculado nas noites de sexta-feira pela CBN e, desde 2007, possui o formato "com plateia", isto é, tal qual o programa do Dr. Gikovate, ele é realizado no Teatro Eva Herz. Essa gravação, entretanto, ocorre mensalmente e é transmitida ao vivo.

o tal príncipe encantado, que ele voltou num desses livros. É que todo mundo acha que quer um príncipe encantado. No final, esse príncipe não é tão encantado assim. Você acha que se tivesse casado com aquele namorado que deixou para trás você seria mais feliz, do que com esse que você está agora... Então, conforme eu lia, ele ia tocando em assuntos... eu lia numa época pré-separação. Então, eu gostava até para eu me posicionar. Para ver como funcionava. Uma coisa que eu nunca fiz foi análise. [...] não, eu já estava pensando [na separação]. Eu sou assim, quando eu penso em alguma coisa eu vou amadurecendo ou comportamento, ou atitude, ou decisão. Eu vou pensando, então, na hora que eu decido, está decidido. Na minha separação, eu não ficava anunciando para ninguém 'ai, estou mal no meu casamento'. Eu não falava. Era uma coisa que eu tinha que resolver com ele [o marido]. Não ia por nem mãe, nem sogra na parada. Era eu e ele. E eu sou assim. Tenho que resolver o problema com a pessoa que está me causando o problema. [...] na época que eu comecei a ler Gikovate, foi uma época em que eu comecei a repensar o meu casamento. Como eu gostava das coisas que ele escrevia, eu lia cada vez mais (SILVIA, entrevista, 11/5/2010).

As leituras das colunas do Dr. Gikovate, de alguma forma, ajudaram-na a refletir sobre sua vida conjugal. De maneira introspectiva, amadureceu a ideia da separação. Ela lembra que não comentava com pessoas próximas o que estava acontecendo em seu casamento, tampouco fez uma psicoterapia ("análise"), como seus colegas do escritório, que se separavam no mesmo momento. Por que estava com uma condição financeira difícil durante a separação, encontrava nesses artigos e em filmes "uma catarse". Silvia menciona ainda um "livro de autoajuda", lido nesse período:

Livro de autoajuda eu só li um até hoje e quando eu fechei, disse: 'não me serviu para nada'. Era um livro que, na época que me separei estava muito na moda, era... Como era o nome? Não sei o quê das borboletas. Era uma americana que tinha casado com um executivo e tal, ela se separou, já estava com 45 anos e ficou desgostosa, teve que retomar a vida. Não serve isso para mim. Nunca parei de trabalhar. Eu falo até hoje para a minha filha. Hoje, o melhor marido é um bom emprego (SILVIA, entrevista, 11/5/2010).

Ainda que não se identificasse com a autora do livro, essa e outras leituras proporcionavam-lhe um material para repensar sua relação com o marido, na época, e sua própria condição feminina (de mulher, esposa, divorciada, secretária, mãe etc.). Para Silvia, os comentários do psicoterapeuta chegaram por via de suportes diferentes, sendo o programa de rádio somente um deles. Trata-se de um entre outros bens culturais que trazem orientações em emissões de rádio, colunas de jornal, livros, filmes. <sup>176</sup>

Os artigos do Dr. Gikovate publicados na mídia impressa ainda integram, para essa entrevistada, seu leque de leituras cotidianas, das quais faziam parte, no momento da entrevista, a FSP e a revista *Veja*, especialmente as colunas da escritora Lya Luft e da psicanalista Betty Milan, já mencionadas, os sites de notícias UOL e Terra. Constituem esse repertório, os noticiários veiculados pelas rádios CBN (da qual citou os comentários de Lucia

<sup>&</sup>lt;sup>176</sup> Illouz aponta essa mesma circulação do discurso terapêutico pelas diferentes indústrias culturais estadunidenses – televisão, cinema, imprensa escrita, mercado editorial (cf. 2008).

Hipólito, Arnaldo Jabor, Max Gehringer e Mauro Halfeld) e Jovem Pan, ouvidas por ela em seu trajeto de carro entre a casa e o escritório, de manhã e à noite.

Silvia aprecia os comentários de especialistas que atuam de maneira semelhante a do Dr. Gikovate, porém tratam de assuntos pertencentes a outras esferas da vida social. Eles comentam e fornecem explicações – a respeito da política brasileira e internacional, de fatos (extraordinários) que aconteceram no mundo (de eleições na Venezuela a atentados "terroristas"), de relações profissionais, de investimentos no mercado financeiro; em algumas situações, sugerem como a pessoa deve agir.

Outro entrevistado menciona um desses comentaristas da rádio como sendo "o Gikovate profissional", ou seja, ele daria também orientações aos ouvintes tal como o psicoterapeuta, porém, neste caso especialmente, em relação ao mundo do trabalho. Diz Otavio, um funcionário público de 53 anos:

Existe uma pessoa na CBN – eu ouço muito a CBN – que entra as cinco para às oito da manhã, todo o dia. É o Max Gehringer. Ali, o pessoal sempre manda e-mail para ele, problemas profissionais: 'o que eu faço?' 'O meu currículo, será que eu escondo isso?' 'A minha empresa está assim.' 'O meu chefe é isso.' É sempre isso, problemas profissionais. E ele é o Gikovate profissional, ou com relação ao trabalho (OTAVIO, entrevista, 8/6/2010).

A fala desse entrevistado permite chamar a atenção para outro aspecto desse discurso terapêutico, que se estende do seio da família ao mundo do trabalho. O mesmo "estilo afetivo terapêutico" na comunicação (ILLOUZ, 2008) — para falar de si, de sua situação e da situação de outros — e uma postura reflexiva são exigidas numa e noutra esfera.

O consumo de bens culturais semelhantes aos produzidos pelo Dr. Gikovate é uma atividade comum aos frequentadores do teatro. Um engenheiro de 35 anos, solteiro, residente à Vila dos Remédios, costuma acompanhar a programação oferecida pelo Centro Cultural e de Estudos Superiores Aúthos Pagano, no Alto da Lapa – "Eles têm um café filosófico lá, aos sábados à tarde. Eles gostam de falar de Carl Rogers, Platão, essas coisas" (LUCAS, entrevista, 1/5/2010), 177 referindo-se ao formato veiculado pela TV Cultura, no qual especialistas de diversas áreas, sobretudo filósofos, psicólogos e psiquiatras, discorrem a respeito de um tema contemporâneo; abre-se a seguir uma discussão com a participação do

<sup>&</sup>lt;sup>177</sup> Carl Rogers, fundador da "psicologia humanista", foi um dos profissionais mencionados por Eva Illouz responsável por divulgar nos Estados Unidos a teoria freudiana. Seus livros, segundo Illouz circulavam entre leitores especializados (outros profissionais da psicologia) e o grande público (cf. ILLOUZ, 2008, p. 159 e ss.). Trata-se de um profissional com uma atuação, *mutatis mutandis*, semelhante a do Dr. Gikovate, pois o brasileiro também tem sua produção voltada ao grande público. Ademais, ambos defendem, a partir de abordagens distintas, o desenvolvimento individual por meio do autoconhecimento, sendo este alcançado ou por meio da apropriação de um saber ou por meio de terapia.

público presente.<sup>178</sup> Esse entrevistado frequenta também o Teatro Eva Herz para assistir a peças teatrais e outras unidades da Livraria Cultura, especialmente a do Shopping Villa-Lobos, na qual gosta de acompanhar eventos "voltados à psicologia". Segundo o entrevistado, "eu me interesso muito, leio muito sobre assuntos relacionados à psicologia, à filosofia. Então, por exemplo, se tivesse alguma coisa hoje, ele [Gikovate] de novo aqui [no Teatro Eva Herz], eu iria participar" (entrevista, 1/5/2010).

A engenheira química, Livia, de 36 anos, também busca um aprendizado quando vai ao teatro. No momento em que foi entrevistada estava desempregada. Entretanto, quando ainda trabalhava numa empresa na Vila Leopoldina (na qual permaneceu nove anos), ao voltar para casa em São Bernardo do Campo, costumava parar no Conjunto Nacional e acompanhar as gravações. Diz ela,

Não estou ali no auditório para ouvir a palestra do Gikovate porque ele é legal. Não. Eu quero aprender. Se não for para aprender eu nem vou. Acho que a gente tem tão pouco tempo para aprender que quando eu posso, eu quero aprender. Quero que me traga algum conteúdo, senão descarto rapidinho (LIVIA, entrevista, 20/4/2010).

A entrevistada parece tentar empregar seu tempo livre em atividades que lhe renderiam "aprendizagem" – ela não procura as "palestras" do psicoterapeuta porque seriam "legais", mas sim por lhe proporcionarem adquirir "conteúdo". Ela frequenta outros eventos na livraria – outras "palestras" – e espaços diferentes, como o de "Reinaldo Polito", a fim de "complementar seu conhecimento" e "desenvolver uma habilidade". Com tais atividades, procura se aproximar da psicologia e de "temas na área de humanas". É notável a instrumentalidade de sua busca: um tempo investido e "aprender" algum "conteúdo" como retorno.

Por exemplo, têm muitos caras de autoajuda que dão palestras. Eu venho quando dá. Já vim ver shows gratuitos, tem uns gratuitos bem legais. Lançamento de algum livro. Como eu recebo [a programação mensal da livraria] eu vejo 'ah, esse livro parece legal', tem uma palestra sobre ele? Eu venho. Se a exposição do autor for realmente legal, vale a pena, eu compro. É uma compra até mais correta e mais fundamentada. Sempre temas que me agradam. [...] Eu gosto muito dessa área de psicologia, apesar de não ser da área de humanas [...] sempre que tem temas na área de humanas eu venho para complementar o meu conhecimento. Desenvolver uma habilidade que talvez eu não tenha desenvolvido tanto. Gosto bastante dessa área, história, sociologia, até porque seria um tédio vir para uma palestra de exatas. Nem tem, não existe [...]. Hoje de manhã fui a uma palestra no Reinaldo Polito, que foi do Simon Franco. Foi legal, ele é um *headhunter*. Tudo que envolve pessoas me interessa bastante (LIVIA, entrevista, 20/4/2010).

<sup>&</sup>lt;sup>178</sup> Essa emissão tem sua origem, no Brasil, na Livraria Cultura, entre o final dos anos 1990 e início dos 2000. Olgária Matos, atualmente professora titular aposentada do Departamento de Filosofia da Universidade de São Paulo e professora titular da Universidade Federal de São Paulo, foi uma das primeiras a participar desses encontros. Posteriormente esse formato foi para a televisão, sendo realizado pela TV Cultura.

O espaço "Reinaldo Polito" tanto abriga as palestras e os cursos ministrados pelo próprio Polito, "Professor de Expressão Verbal", quanto os de outros especialistas. Simon Franco, chamado pela entrevistada de "caça talentos", foi um deles. 179 Pode-se dizer que ambos atuam no "mundo corporativo" e são especialistas, grosso modo, em "relações interpessoais" no trabalho. Ensinam como as pessoas podem se desenvolver, em diferentes aspectos, a fim de ter bons resultados na carreira profissional. Por meio de conteúdos distintos daqueles mobilizados pelo Dr. Gikovate, nomeados de modo abrangente como pertencentes ao campo da administração, os três profissionais desempenham uma atuação semelhante na medida em que, pela via de orientações e conselhos oferecidos em suas palestras e livros, tentam ajudar seus espectadores, leitores e ouvintes a alcançarem um "bom desempenho", "sucesso" ou "felicidade", seja no mundo do trabalho, seja no da família.

Entre as atividades cotidianas de Livia, figura uma emissão semanal da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), na qual são veiculados resultados de pesquisas financiadas pela instituição. 180 Sobre essa emissão,

> É tudo no ramo da ciência, têm temas que são bem complicados, você fala 'como o cara pensou nisso?', mas tudo bem. É bem legal saber que alguém pensou naquilo. Se você for ver é um nível, não é qualquer um para ouvir aquilo. Não ia entender nada. Tem que prestar atenção, porque usa muito termo técnico (LIVIA, entrevista, 20/4/2010).

Outra entrevistada, a amiga de Silvia, citou produções escritas de psiquiatras, voltadas ao grande público, que também apreciava ler – Angelo Gaiarsa, Paulo Gaudêncio e Guido Palomba. Os dois primeiros estudaram, tal qual Dr. Gikovate, na Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo. Os três mencionados por Aurora são autores de muitos livros, sendo que Gaiarsa e Gaudêncio voltaram-se à divulgação, <sup>181</sup> enquanto que o psiquiatra forense Palomba produziu artigos e livros cuja circulação é mais científica e formal, no sentido de ser dirigida aos pares médicos e juristas. Diz Aurora:

<sup>180</sup> Vale chamar a atenção para a importância que essa moça, solteira e sem filhos, dava ao aprendizado e à sua formação. Depois da graduação, fez dois cursos de especialização (MBA's), um na Fundação Getúlio Vargas (FGV) e outro no Centro Universitário da Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), além de falar inglês e alemão. Ela foi a primeira a responder positivamente o convite de ser entrevistada para esta pesquisa.

<sup>&</sup>quot;Reinaldo Polito" Para mais informações. ver sites: (Disponível OS <a href="http://www.polito.com.br/portugues/default.php">http://www.polito.com.br/portugues/default.php</a>. Acesso em: 25/4/2013) e "Simon Franco Solução Inteligente" (Disponível em: <a href="http://www.simonfranco.com.br/Site/Paginas/index.html">http://www.simonfranco.com.br/Site/Paginas/index.html</a>. 25/4/2013). Nos sites indicados, é possível contratá-los para ministrar palestras e cursos, para uma pessoa ou um grupo, bem como adquirir seus livros.

<sup>&</sup>lt;sup>181</sup> Em sua trajetória, Gaiarsa também teve uma participação no programa Dia-a-Dia (Band), entre 1983 e 1993, no qual respondia a perguntas de espectadores (cf. "Morre em São Paulo o psiquiatra José Angelo Gaiarsa". Disponível em: <a href="http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/815615-morre-em-sao-paulo-o-psiquiatra-jose-angelo-o-psiqu gaiarsa.shtml>. Acesso em: 26/4/2013).

Eu gosto de tudo o que é psiquiatria, psicanálise. Isso sempre me chamou a atenção. E os livros dele [Gikovate] sempre me chamaram a atenção. Eu li muito, às vezes em biblioteca, às vezes na própria livraria, às vezes eu compro. Os livros dele eu acho deliciosos. [...] Eu o conheci pelos livros há muitos anos. Se bem que ele também escreve em algumas revistas e jornais. Na Folha [de S.Paulo] e no Estado [de S.Paulo], às vezes, têm artigos dele... Não é sempre, pois não é um colunista contratado. Esporadicamente sai um artigo dele de que eu gosto de ler. Não é só dele, há vários outros psicanalistas e psiquiatras de que eu gosto: o Angelo Gaiarsa, o Paulo Gaudêncio, o Guido Palomba... Quando é psiquiatra eu gosto (AURORA, entrevista, 4/6/2010).

O público do Dr. Gikovate consome variados bens culturais que integram essa "cultura psi": livros, jornais e revistas, "eventos" em livrarias – lançamentos de livros, palestras, gravações de programas de rádio, peças de teatro –, emissões do estilo "café filosófico", cursos, filmes. É um público que frequenta, portanto, espaços de trocas de conhecimento e formação intelectual informal para aqueles que, um dia, cursaram o ensino superior, porém estão fora da academia e de seu circuito formal de "eventos acadêmicos".

Silvia assinala a equivalência desses bens da "cultura psi" ao nomeá-los de "fast food da psicanálise". Recuperando a expressão na própria intervenção do psicoterapeuta numa das interações com o público, a entrevistada se refere às falas do Dr. Gikovate no palco por meio desses termos. E, assim como ele, outra psicanalista também produziria "fast food", segundo Silvia, ao escrever na Veja. Pela rapidez e amplidão desses comentários, iguala tais produções. Diz ela,

Se for para perguntar as pessoas já vêm dispostas. Mas Gikovate vai dar uma resposta vaga, ele não vai entrar no âmago da questão. Por que você está reagindo daquela forma? Por que é assim? É um negócio mais profundo. Será que não é da sua infância – os tais traumas da infância? Ou da adolescência? Ele responde amplo e, se você for uma pessoa 'ah, vou elaborar essa resposta dele, vou tentar ver o que está me incomodando'... Ele até falou no último programa, não sei se ele recebeu email ou foram os colegas dele que o chamaram de 'fast food da psicanálise'. Não sei se ele usou essa palavra, mas ele quis dizer isso: é uma coisa rápida. [...] Não deixa de ser. [...] São os pares dele [que usaram a expressão]. Não sei se você lê a Betty Milan, ela escreve na Veja e no site da Veja. Ela também fala de problemas de convivência humana. Se uma pessoa lesse [as colunas dela], daria para entender o que ele [Gikovate] fala. Não dá para dizer que a Betty Milan faz isso? Faz! O 'fast food' dela são os artigos que ela coloca. O Gikovate, não. Ele tem o programa na rádio (SILVIA, entrevista, 11/5/2010). 182

Esses "fast food" em alguma medida seriam equivalentes – uma vez bens da indústria cultural terapêutica – e complementar-se-iam, ajudando o público a construir um repertório mais vasto. Vale recuperar a formulação de Illouz acerca dos enunciados do discurso

<a href="http://cbn.globoradio.globo.com/programas/no-diva-do-gikovate/2010/11/28/COMO-LIDAR-COM-PROGRAM | Program |

PESSOAS-QUE-GOSTAM-DE-SE-FAZER-DE-VITIMAS.htm>. Acesso em: 3/5/2013).

<sup>&</sup>lt;sup>182</sup> Vale mencionar que esse comentário do Dr. Gikovate – a respeito de sua atuação "fast food" – foi editado e suprimido do arquivo de áudio disponível no site da CBN, para que seus ouvintes pudessem consultá-lo posteriormente à veiculação. Essa fala foi considerada pertinente no âmbito do teatro, porém suprimida antes da emissão ser levada ao ar (e, depois, arquivada). (Disponível em:

terapêutico, citada anteriormente (p. 23), pois tal como esse "fast food", de diferentes maneiras, eles põem à disposição roteiros por meio dos quais os atores ensaiam suas experiências e a de outros, ajudando-os a prescrever sensos práticos.

Numa gravação que foi ao ar dias antes dessa entrevista, Dr. Gikovate oferecia ao público um roteiro. A partir de um exemplo banal, o cotidiano de recém-casados que estão se conhecendo, ensina os limites do que um poderia pedir e demonstrar para o outro:

[...] o que não se pode é fazer como quase todo mundo faz: 'eu já te falei que eu não gosto de camarão, você não pode fazer camarão'. A pessoa pode fazer quanto camarão quiser! Ela tem liberdade para fazer tudo o que quiser. O outro não pode dizer o que ela tem que fazer. O que pode, é dizer: 'isto me entristece, isso me aborrece, isso eu não gosto'. O outro faz com essa informação o que quiser. [...] A única liberdade que eu tenho, se eu vir que as minhas necessidades não contam, é de ir embora, me afastar. Eu não tenho o direito — nunca — de chegar para a pessoa e dizer, você não pode fazer isso, não faça aquilo (veiculação, 9/5/2010).

Entre os entrevistados, é notório que a relação estabelecida com esses bens seja distinta daquele vínculo com o próprio analista. Para a grande maioria daqueles que os consomem, no entanto, as consultas do psicoterapeuta da CBN são inacessíveis. O próprio Dr. Gikovate já comentou em entrevista a mudança do público atendido por ele no consultório: atualmente, trata-se de uma "clientela estrelada, repleta de políticos que vêm de Brasília apenas para vê-lo" (p. 86). Maurício, um engenheiro de telecomunicações afastado, coloca em números – astronômicos, para muitos dos entrevistados – qual seria o valor da consulta:

Quem poderia ouvir de uma pessoa – que cobra 850 reais a hora – um conselho? Você sabe que ele cobrando esse preço, ele só vai atender jogador de futebol, artista da Globo... Um diretor de multinacional só vai poder se consultar com ele, se a empresa pagar. Não é possível. Ou bilionário – Antonio Erminio de Morais. Não é possível (MAURÍCIO, entrevista, 30/4/2010).

As amigas Aurora e Silvia também comentam os altos valores:

É uma pena que a consulta com ele, não é brincadeira, é muito cara. Eu adoraria poder fazer uma análise com ele. Muito. Adoraria. Mas é muito caro. Uma hora com um analista é cara. É fora da realidade.

A senhora já ligou?

Não, mas eu sei. Estou a par dos custos. É fora da minha realidade. Quatrocentos, quinhentos reais, uma consulta, uma hora, eu não posso pagar. Uma forma seria ir uma vez por semana, mas eu não teria condições de pagar isso. É muito caro – para mim. Claro que muitas pessoas fazem com ele. Acho que vale a pena, acho válido. Não acho caro pelo tanto que ajuda. São portas que se abrem. Agora, não é um mês, nem dois. Isso aí... [...] Necessidade eu já senti, mas nesse campo existe muito charlatanismo. Um bom analista cobra caro. Quando começar a cobrar dez reais, cem reias, duvide. Não vai porque é uma fria. É melhor ficar sozinho e consultar o espelho, é verdade! [...] Nunca tive condições de consultar um bom analista e de pagar o preço que eles cobram. Para mim é um preço justo, mas alto para minhas contas. Para ir aos que custam vinte reais, eu não confio. É melhor ler um livro de autoajuda, talvez ajude mais (AURORA, entrevista, 4/6/2010).

Ele pode despertar nas pessoas, quando ouve no rádio, quando vai lá [no teatro], acho que ele tem posicionamentos que podem redirecionar as pessoas. Eu não acho que seja inglório o trabalho dele, acho que faz sentido. Acho que faz sentido porque tem muita gente que não pode pagar uma terapia, não pode mesmo. É muito caro. Um dia desses estava conversando com alguém que me dizia 'ah, cada sessão custa 300 reais. Eu tenho que ir duas vezes por semana'. Pô! 'Quanto isso sai num mês? Quanto você ganha?' Você vai ao Zé das Couves, então, para fazer terapia? Quem é essa pessoa que vai fazer terapia em você? Tem muito disso, é um médico como outro qualquer. Você chega em um, olha na cara dele e, se não gosta, acabou. Você não toma o remédio, vai rasgar a receita e vai embora. Vai procurar outro. Já que você vai mexer... Você procura alguém que... Conhece as linhas de terapia? Tem que conhecer. Desde aquela linha que a pessoa fica deitada num sofá e o médico não fala absolutamente nada, talvez não seja a melhor para você. Então, eu acho que o que ele faz está bom. É bom. Deve despertar questionamentos nas pessoas. E quando você se sente questionada, você vai procurar se informar. E hoje, se a pessoa tem acesso à internet, você entra no Google. Põe uma palavrinha lá e aparecem mil coisas. E se você não tem, já que está na Livraria Cultura, pega um livro. Leia. O trabalho que ele faz é válido. Pode ser que não chegue a situações... Mas, se levantou o problema, a pessoa já vai pensar. Espero que pense (SILVIA, entrevista, 11/5/2010).

Os comentários proferidos no teatro e veiculados pelo rádio seriam uma via de acesso ao psicoterapeuta para aqueles que não pudessem arcar com os custos de um atendimento num consultório privado. Melhor do que uma psicoterapia com um "Zé das Couves", um "charlatão", seria acompanhar esses encontros no teatro e complementá-los com leituras, pesquisas na internet e autorreflexão, nos termos da entrevistada, "é melhor ficar sozinho e consultar o espelho".

Embora alguns entrevistados tenham afirmado não poder assumir os custos de uma terapia com o protagonista da emissão da CBN, muitos já tinham feito algum tipo de psicoterapia ao longo da vida adulta: tinham tido experiências com diferentes profissionais e tentado abordagens variadas. Mesmo com essas experiências, o grupo social do teatro possui um conhecimento pouco refinado do que sejam as "linhas de terapia". Maurício menciona o "conselho" que o Dr. Gikovate daria a quem lhe pagasse R\$ 850 a hora no consultório. Já Silvia, para se referir provavelmente à psicanálise, lança mão de um estereótipo "aquela linha que a pessoa fica deitada num sofá e o médico não fala absolutamente nada". Portanto, quando se faz referência à elevada competência afetiva, trata-se desse grupo em relação àquele da TV.

As duas entrevistadas – e os demais investigados – relacionam-se com o programa do Dr. Gikovate de maneira semelhante àquela identificada por Dominique Mehl acerca das emissões de televisão francesas, nos anos 1990. É um modo de divulgação da "cultura psi", isto é, o grande público poderia ter acesso a ela. Mais do que se aproximar do psicoterapeuta, esse grupo costuma consumir certos bens culturais e possui uma postura autorreflexiva, nomeada por Illouz de *habitus* terapêutico (2008).

Cristina comenta a relevância da gratuidade: "as pessoas devem estar passando por algum problema e não devem ter outra fonte para poder resolver isso. E ali é um momento em que podem resolver: *é grátis*. Não digo resolver, mas é uma palavra de fora. Não pertence ao círculo emocional" (CRISTINA, entrevista, 21/5/2010).

As gravações do *No Divã do Gikovate* seriam uma "oportunidade de ouro", segundo Aurora, e o psicoterapeuta seria uma "pessoa *cara* para [o público] perder essa oportunidade" (AURORA, entrevista, 4/6/2010). Essa frase condensa, na qualificação utilizada ("cara"), um duplo significado que ecoa nas falas dos outros pesquisados: de um lado, o público ouvinte e leitor têm admiração pelo psicoterapeuta, ou seja, ele seria uma pessoa *estimada* para que os encontros no teatro fossem perdidos; de outro, muitos entrevistados comentaram a vontade de se engajar numa psicoterapia com ele, porém o elevado valor das sessões os impediriam. Nesse sentido, "pessoa cara" se referiria à soma despendida para ser paciente do Dr. Gikovate.

Desse modo, a legitimidade do programa e a seriedade do psicoterapeuta não são abaladas – para seu público cativo – quando ele é nomeado por pares de "fast food da psicanálise". É como se os convertidos (integrantes da plateia) – fazendo aqui uso de uma metáfora religiosa – não questionassem o poder e a legitimidade do sacerdote. A atuação na clínica é acionada – os pesquisados se lembram dos "quarenta anos" ou dos "oito mil pacientes atendidos" – quando comentam as rápidas intervenções no palco. Segundo o engenheiro Maurício, "ele é acima de tudo um cientista, um médico – não é um filósofo" (entrevista. 30/4/2010).

Vale observar a posição social do Dr. Gikovate diante de seu público e ressaltar a diferença daquela ocupada pelos psicólogos engajados nos programas televisivos. Em outras palavras, a posição social dos médicos psiquiatras e divulgadores (como os doutores Gaiarsa e Milan, para citar somente dois nomes lembrados pelos entrevistados) é, em relação àquela ocupada por psicólogos da TV, de prestígio (capital simbólico) maior, talvez até permitindolhes maiores ganhos materiais.

Em fevereiro de 2011, o jornal FSP publicou uma matéria a respeito dos dezoito processos éticos movidos pelo Conselho Regional de Psicologia por aparições "indevidas" desses profissionais em emissões de televisão (KAS, FSP, 6/2/2011, p. E1), sugerindo serem indevidos os diagnósticos proferidos no ar, isto é, comentários específicos ao invés de colocações genéricas. Não se teve notícias de ação semelhante movida pelo Conselho Regional de Medicina, por exemplo, contra os médicos mencionados. Por que médicos psiquiatras que se dirigem ao grande público teriam mais legitimidade em relação aos psicólogos?

Uma reportagem publicada num site de entretenimento R7, cerca de quatro meses antes à do jornal acima, questiona a participação do Dr. Gikovate na novela *Passione*. Ela faz referência à outra publicação, na imprensa, e cogita a possibilidade de o "terapeuta midiático" ter infringido o Código de Ética Médica com sua atuação. Diz,

Por conta da participação de Gikovate na novela, nesta semana, um jornal levantou a polêmica de que Gikovate estaria infringindo o Código de Ética Médica, que proíbe consultar, diagnosticar ou prescrever medicamentos em qualquer meio de comunicação de massa.

A reportagem do R7 resolveu procurar os envolvidos nesta história.

A Associação Brasileira de Psiquiatria afirmou que não há registro na instituição de nenhuma queixa contra Flávio Gikovate. O órgão ainda declarou que, diferentemente do que já foi publicado, a participação do médico na TV não é pauta da diretoria da associação.

A assessoria de imprensa do Cremesp (Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo) também disse à reportagem que não há nenhuma queixa contra o médico no conselho, mas admitiu que as cenas do médico no folhetim estão sendo avaliadas pelo órgão para saber se, em algum momento, poderiam infringir o Código de Ética Médica. 183

Além de procurar a Associação Brasileira de Psiquiatria e a assessoria de imprensa do Cremesp, a reportagem conversou com o diretor da novela, Silvio de Abreu, e um "Especialista em teledramaturgia da USP". Ambos defenderam a atuação do psicoterapeuta, posto que um "personagem real no mundo da ficção" daria "credibilidade" ao problema de Gerson (personagem de Marcelo Anthony) na novela.

A atuação do Dr. Gikovate no folhetim eletrônico revela como estão imbricados os personagens que representa – médico psiquiatra e divulgador, ou "terapeuta midiático" – em diferentes situações sociais. A respeito dessa participação, que ele próprio concebe enquanto um modo de "acabar com alguns mitos preconceituosos que os brasileiros têm em relação à psiquiatria", afirma:

Achei o projeto útil e produtivo, pois seria uma oportunidade de mostrar, ainda que de forma incompleta, como funciona a intimidade terapêutica em uma versão um pouco mais realista, dado que não sou um ator e sim um profissional que atua de forma consistente e sistemática há 44 anos. Achei a tarefa dificílima, mas desafiadora. 184

A justificativa para a sua atuação como divulgador – em diferentes frentes (rádio, televisão, revistas femininas, colunas em jornal, conferências etc.) – mobiliza sempre o argumento de sua defesa do alcance a todos das teorias psicológicas. Ele não traz à baila a importância de sua visibilidade, advinda pela constante circulação na mídia, a fim de que seu

Disponível em: <a href="http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/noticias/polemica-com-psiquiatra-de-gerson-em-passione-foi-invencao-diz-autor-20101112.html#enquete">http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/noticias/polemica-com-psiquiatra-de-gerson-em-passione-foi-invencao-diz-autor-20101112.html#enquete</a>. Acesso em: 15/5/2013.

Disponível em: <a href="http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/noticias/polemica-com-psiquiatra-de-gerson-em-passione-foi-invencao-diz-autor-20101112.html#enquete">http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/noticias/polemica-com-psiquiatra-de-gerson-em-passione-foi-invencao-diz-autor-20101112.html#enquete</a>. Acesso em: 15/5/2013.

personagem (e os bens culturais que levam seu nome) continue a ser lembrado e consumido pelo grande público.

A diferença de prestígio entre psiquiatras e psicólogos que circulam na mídia deve-se, entre outros aspectos, à instituição de formação desses profissionais – entre os quatro psicólogos citados na reportagem da FSP (um deles era o Dr. Ildo Rosa da Fonseca, de *Casos de Família*), nenhum havia estudado na Universidade de São Paulo ou em outras instituições de renome (mencionaram a Universidade de Santo Amaro, a Universidade de São Marcos e o Instituto Metodista); aos valores das consultas (na reportagem, foram mencionados valores menores do que aquele suposto pelo público do Dr. Gikovate, entre R\$ 200 e 250); aos públicos atendidos (o Dr. Gikovate atenderia, no consultório, uma "clientela estrelada"); às emissões em que atuam, uma vez que há emissões com maior ou menor prestígio (os psicólogos atuariam em emissões veiculadas pela televisão aberta: Rede TV!, Record, SBT, Globo e Band);<sup>185</sup> e, ainda, às mídias pelas quais circulam, pois existem meios mais consagrados do que outros e, além disso, meios considerados mais adequados para tratar de problemas pessoais do que outros.<sup>186</sup>

A Dra. Anahy D'Amico comentou como ela e também o Dr. Ildo deslocaram-se pelo cenário de *Casos de Familia* ao longo dos anos. O comentário deles – com uma duração entre três e quatro minutos – sempre foi realizado ao final da gravação, depois da apresentação de todos os "casos" do episódio, sendo arrematado pela fala da apresentadora. O lugar ocupado por eles, no entanto, variou: no início, quando Regina Volpato apresentava, acompanhavam a gravação num canto do palco, ganhando visibilidade no último bloco, quando eram deslocados para a primeira fileira de cadeiras da plateia para fazer seu comentário. Depois, já sob a apresentação de Christina Rocha, passaram a aparecer no "Café Terapia": num canto do palco, acomodavam-se numa poltrona e tinham uma mesinha, sobre a qual ficava uma xícara com o logotipo do programa. Era de onde falavam: segundo Dra. Anahy, foi um "agrado" do diretor do programa para os profissionais. Com as recomendações do Conselho, esse cenário

<sup>&</sup>lt;sup>185</sup> Fez-se referência, sobretudo, a programas matutinos e vespertinos da TV (*A Tarde é Sua, Superpop, Ana Maria Braga, Márcia, Hoje em Dia, Clodovil, Casos de Família*, dentre outros), *grosso modo* programas considerados de pouco prestígio pelo grande público e, em sua maioria, que não figuram no horário nobre da TV.

<sup>&</sup>lt;sup>186</sup> Dr. Gikovate parece ser mais cuidadoso em seus comentários, fiando-se em formulações genéricas. No entanto, ainda que possa rotular o comportamento de algum ouvinte, por fazê-lo numa emissão de rádio, a recepção é distinta daquela proporcionada pela TV. Isto porque o grande público não entra em contato "direto" com o solicitante. Mesmo no teatro, esse contato é "momentâneo", conforme descrito pelos entrevistados. Desse modo, para esse grupo, a emissão na rádio, ou a interação no teatro, aparecem como formatos mais adequados para se tratar de assuntos pessoais em relação às emissões da televisão. Ademais, como visto acima, o rótulo atribuído ao comportamento de algum ouvinte ou espectador, bem como o laconismo de seus comentários não são considerados pelo público do "terapeuta midiático" como uma conduta leviana, porém resultado de sua larga experiência clínica.

foi desfeito – para que não se configurasse uma "terapia" –, bem como foi pedido que deixassem de falar individualmente aos convidados e fizessem comentários gerais sobre o tema tratado.

Ao perquirir o prestígio entre psiquiatras e psicólogos na mídia, é necessário construir algumas mediações, tais como as mencionadas acima; por outro lado, a distância entre o conjunto desses especialistas e seus públicos é análoga. Entre os profissionais da reportagem (Jacob Goldberg, Alexandre Rivero, Haroldo Lopes e Ildo Rosa da Fonseca), este último era o único que recebia um "cachê fixo" por episódio gravado no SBT: R\$ 500. Um valor seis vezes maior do que o recebido pelos convidados do palco. Desse modo, há um aspecto que aproxima a posição ocupada por psiquiatras e psicólogos, em relação às pessoas comuns que participam da plateia e do palco, no que diz respeito à divisão do trabalho e à apropriação do prestígio na produção desses bens culturais. Ao integrarem programas produzidos coletivamente, na TV ou rádio, seus personagens (de especialistas), junto à dos animadores, atraem para si o prestígio do bem cultural, ou seja, há uma apropriação individual de um bem coletivo, não sendo compartilhado de maneira igual com os outros integrantes da produção.

### "Vou sempre para ouvir" e "Eu queria ser o Gikovate" 187

O público pesquisado do Dr. Gikovate, embora muitas vezes não possua formação na área da saúde ou, mais especialmente, na área "psi", interessa-se por temas relacionados, buscando algum tipo de conhecimento nesse campo, donde o consumo de diferentes bens culturais – emissões de rádio, livros, colunas em jornais e revistas, palestras, filmes – acerca do assunto. Alguns até mencionam uma afinidade de longa data, desde o período em que escolhiam sua formação no ensino superior. Outros fazem referência a uma busca recente.

Alguns trechos das entrevistas evidenciam tal interesse.

Gosto muito desse assunto. [...] Quando eu fui fazer vestibular, eu pensava em fazer psicologia, então é um tema de que eu sempre gostei muito. É por causa do Gikovate mesmo que eu vou. Ele é uma pessoa, ele fala uma linguagem bastante acessível, a gente aprende coisas (CRISTINA entrevista, 21/5/2010).

Eu queria fazer medicina, sabe? Mas aí meu pai faleceu. E medicina, você tem que estudar das sete da manhã às dez da noite, você sabe? Não existe faculdade de

<sup>&</sup>lt;sup>187</sup> Fala do entrevistado Otavio (entrevista 8/6/2010) e do Maurício (entrevista, 30/4/2010), respectivamente.

medicina à noite. Você não pode trabalhar, certo? E os livros eram muito caros. Quando meu pai faleceu, eu tive que ir trabalhar. Esse sonho foi frustrado. Mas desde aquele tempo – eu fiz científico –, quando eu fazia vestibular para medicina, eu já me interessava por psicanálise, psiquiatria (AURORA, entrevista, 4/6/2010).

Venho fazendo uma busca de mim, de mudança, de vida, e o programa de Gikovate faz parte desse meu processo de busca, procura da psicologia, principalmente. Esse é o principal e único motivo. [...] Gosto de psicologia, tenho uma identificação com ele, então... tenho interesse nesse trabalho ligado à psicologia (JONAS, entrevista, 7/5/2010).

Eu sempre gostei, apesar de minha profissão e minha formação serem totalmente opostas a isso. Eu sempre gostei de relacionamento humano, essas coisas. Tanto que aqui, onde eu trabalho tenho muitas colegas. E nós entramos juntos, estamos há mais de trinta anos trabalhando juntos. Então, nós já fomos jovens, todos já se casaram, 70% já se separou, como eu, então a gente vem nesse acompanhamento e elas me têm como amigo e muita gente me confidencia, 'pô, Otavio...'. E eu gosto sempre de solucionar coisas e sempre em busca disso, da felicidade da pessoa. Às vezes, digo 'você tem que pensar em você'. Sempre em busca da pessoa, da felicidade dela. Então, muita gente me confidencia muita coisa. Tem gente que até diz, 'pô, seu ouvido deve ser uma privada, a gente só fica descarregando os problemas' e eu digo, 'não, o que é isso'. Eu até gosto de tentar resolver, ajudar a pessoa quanto ao tipo de relacionamento sentimental. Às vezes, até problema com filho, 'meu filho está com problema'. A gente faz o possível. Então eu sempre gostei dessa coisa de relacionamento humano (OTAVIO, entrevista, 8/6/2010).

As amigas Cristina e Aurora fazem referência à escolha do curso superior sugerindo o longo apreço pela área "psi". Já a engenheira química Livia, citada anteriormente, procura "complementar seu conhecimento", enquanto Jonas afirma estar numa "busca de si, de mudança", empreendida desde sua aposentadoria. Otavio tem afinidade com os temas tratados. Ele, que já foi casado e tem três filhos, usa o que aprendeu para ajudar suas colegas de trabalho, as quais lhe confidenciam problemas de relacionamento.

A sugestão de uma rede de sociabilidade mais frágil, na vida adulta, é colocada por Chico, um cientista social formado pela Unicamp, de 25 anos. Ele acredita ser esse motivo que faz as pessoas buscarem nas palavras de psicólogos, um apoio, que encontraria nos amigos: "Eu escuto o Gikovate porque... Eu tive que recorrer a psicólogo porque uma das desgraças da vida adulta é não ter seus amigos perto, o tanto que você gostaria e o tanto que você precisa" (entrevista, 15/4/2010).

A colocação de Otavio, a seguir, revela tanto a admiração quanto o vínculo que o público pode estabelecer com o psicoterapeuta. Ele acaba por reproduzir com os outros os "aprendizados" adquiridos, fruto do convívio frequente com o Dr. Gikovate. Em dois trechos diferentes da entrevista, diz:

É engraçado, a gente se acostuma ao estilo dele, eu percebo qual é o estilo por isso eu já sei mais ou menos o que ele vai responder. Ele é muito assim, não se pega a tabus, [...] As respostas dele são muito racionais e sempre em busca da felicidade da

pessoa. [...] E de tanto ouvi-lo a gente acaba até sabendo qual vai ser a resposta. É incrível. Acaba pegando. Você vira um semi-psiquiatra, psicólogo, que é o que ele é. O pessoal pergunta e você diz 'ah, isso aí é tal coisa', e ele fala exatamente aquilo, acaba pegando de tanto você ouvir. Eu gosto muito dele.

[...]

Você já falou um pouco sobre isso, mas eu vou colocar de novo a pergunta: o Gikovate ajuda não só as pessoas que formulam as perguntas, mas também quem está ali para ouvir. Não diz respeito diretamente ao caso da pessoa, mas... faz com que ela pense sobre...

Sim. Muita coisa eu já peguei do Gikovate falando e não era um caso meu. Não tinha nada a ver, mas 'poxa a vida, ele tem razão', você já começa a pegar aquilo como exemplo se um dia, 'puxa, é mesmo'. Então, aquilo ali é um aprendizado. Eu vejo aquilo como um aprendizado do dia a dia, do seu cotidiano. Se acontecer isso, se eu faço isso, puxa, eu acho que serve [para] muita gente.

Têm um caráter pedagógico os comentários do Gikovate?

Sim, sim. Tanto pedagógico, que muitas respostas hoje eu imagino como são. De tanto eu fazer esse curso, essa faculdade – que eu faço com ele – você acaba pegando a coisa. E ele te direciona para isso. De tanto ouvir você acaba entrando na dele. Ele te direciona para certas coisas. [...] Você se veste de Gikovate e você acompanha a mesma linhagem dele. [...] Por isso que tem esse grupo de gente, que mais ou menos eu faço parte, nessa terça eu não fui, tem gente que não falta nunca [à gravação]. Eu acho que o modo dele é apaixonante. E você quase dá a resposta para a pessoa, do que ele fala, é isso mesmo, é isso que eu acho. É uma aula, uma aula aquilo (OTAVIO, entrevista, 8/6/2010).

A convivência habitual fez com que ele se tornasse um "semi-psiquiatra" ou, ao "se vestir de Gikovate", acompanharia seu modo de pensar e agir. Tal como um personagem, bastaria vestir suas roupas, fantasiar-se de Gikovate, para saber "dar respostas" como ele. A assiduidade "às aulas" fez com que incorporasse os aprendizados e os reproduzisse com outros e consigo mesmo – "eu me autodiagnostico", diz Otavio.

Hudson, com 25 anos, está no curso de direito e reside em Itaquera com a namorada. Pelo fato de estagiar num escritório de advocacia próximo ao Conjunto Nacional e ter um amigo que trabalha na livraria, costuma frequentá-la. Participa de gravações (*No Divã do Gikovate* e *Fim de Expediente*), e de outros eventos que lá ocorrem, como lançamentos de livros de seus professores. Conheceu o Dr. Gikovate no programa da CBN, emissora a qual ouve desde pequeno. Ele é mais um entrevistado que afirma admirar o psicoterapeuta. Por se identificar com os comentários, seria capaz de reproduzi-los. Segundo Hudson,

[...] eu gosto de ouvir porque eu gosto de conhecer as pessoas de forma geral. Algumas [perguntas] se encaixam perfeitamente no meu modo de ser que parece que ele responde para mim. Acho-o muito sensato. Acho que eu venho mais por admiração ao Gikovate do que pelas perguntas. Acho que se alguém me perguntasse o que perguntam para ele, eu responderia de forma parecida. Tenho essa empatia com o apresentador (HUDSON, entrevista, 24/5/2010).

Tanto Hudson quanto Otavio ressaltam que a assiduidade faz os integrantes da plateia não sentirem necessidade de participar com perguntas, pois, mais cedo ou mais tarde, as questões que lhes interessariam de perto seriam comentadas pelo psicoterapeuta. Nas palavras de Otavio.

É como eu te falei: teve perguntas que eu ouvi lá [no teatro] e no rádio que era eu perguntando. Então, muita coisa acaba servindo para você. Se você vai e costuma frequentar, você nunca pergunta nada. [...] Então, quem é assíduo, não pergunta. Uma hora vem essa resposta. Talvez a assiduidade faça com que você não sinta necessidade de perguntar (OTAVIO, entrevista, 8/6/2010). 188

O próprio Dr. Gikovate corrobora esse entendimento ao sugerir que seu programa funcionaria como uma "terapia em grupo", na medida em que os vários encontros, mesmo sendo breves, fariam com que seus seguidores, espectadores e ouvintes *habitués*, acumulassem seus comentários. <sup>189</sup>

Nos termos de Goffman, um "consenso operacional", que orienta a conduta, seria buscado pelos atores (o Dr. Gikovate e os integrantes da plateia) a cada interação no teatro. Esse consenso do encontro proporcionado pela gravação ser uma "terapia em grupo" não é quebrado pelos participantes, uma vez que não se questiona como uma plateia de anônimos se converteria num grupo.

Em sua atuação, o psicoterapeuta lança mão de uma série de estereótipos para a construção de seu personagem (de "terapeuta midiático") e da imagem de seu programa na rádio. Um deles é o da "terapia em grupo", pois as pessoas o acompanhariam; outro é o da "psicanálise", por meio de uma série de associações. Em sua estreia na CBN, afirmou na abertura ("pensata") que foi o primeiro "paciente" do programa, fazendo uma referência velada à autoanálise de Freud; considerou, ainda, a emissão como uma "consulta" – afirmando que "a próxima consulta será no domingo". Ademais, o nome do programa traz a palavra "divã".

Para esse grupo social, o Dr. Gikovate consegue manter "uma única definição da situação, definição que tem de ser expressa, e esta expressão mantida em face de uma grande quantidade de possíveis rupturas" (GOFFMAN, 2005, p. 233): seu programa é considerado sério em relação ao tratamento dado aos participantes, ajudando-os a "melhoram na sua qualidade de vida". Diz, em entrevista,

Pelos emails que eu recebo – não eu –, mas o programa ajuda muita gente. Porque as pessoas se identificam com os conflitos que aparecem, as pessoas ouvem os conselhos; evidentemente, não se trata de psicanálise. A palavra psicanálise está desgastada até para os psicanalistas. Nem eles sabem o que fazem. Psicanálise no

0

Outro entrevistado, o engenheiro Maurício, com uma formulação semelhante, afirmou: "Eu já ouvi quase tudo o que eu queria saber, nesses vários anos em que ele faz o programa. Quase todas as dúvidas que eu tinha ele já respondeu, para outras pessoas" (entrevista 30/4/2010).

<sup>&</sup>lt;sup>189</sup> No lançamento do livro *No Divã do Gikovate*, ocorrido também no teatro Eva Herz, foi uma dessas ocasiões.

sentido como ela foi proposta no início e praticada até uns vinte anos atrás não existe mais. Cinco vezes por semana, ninguém tem dinheiro, tempo, nem locomoção possível para ir cinco vezes a lugar nenhum. Então eles mantiveram a palavra, mas, eles disputam, na França, que é o lugar onde metade da população é psicanalista [...], hoje eles disputam com o pessoal que faz psicoterapia cognitiva e comportamental espaço para atender trinta consultinhas na seguridade social por vinte euros a consulta. Ou seja, eles estão fazendo qualquer negócio, liquidando a psicanálise. Isso na França [...]. Aqui, existe um grupo, não saberia dizer quanto, mas de uma dezena de milhares de pessoas, que acompanham com alguma regularidade o programa. E essas pessoas vão pegando o jeito de pensar sobre a condição humana. E vão pegando um jeito de pensar sobre os conflitos, os problemas afetivos, sexuais etc., e acho que isso aqui ajuda muita gente sim, porque para quem tem, e eu tenho, uma ideia de que o saber quando adequado é útil – se ele for inútil é porque ou é incompleto ou não é um saber –, as pessoas aprendendo coisas elas melhoram na sua qualidade de vida sim (FLAVIO GIKOVATE, entrevista, 4/7/2010).

Desse modo, o ator social Dr. Gikovate é relativamente bem sucedido ao representar diferentes personagens. Se a interação for considerada como um jogo em que cada ator evoca um personagem e induz os outros a terem impressões adequadas a seu respeito, os entrevistados sustentam a seriedade do programa e de seu animador. Para a secretária de um sindicato em Osasco, Claudia, de 35 anos, o programa

não faz mudar, porque se fosse isso talvez já teria mudado. A gente fica mais experiente, cai na realidade, vive no mundo e não no sonho, e de repente você ouve alguém falando, uma pessoa bem mais velha que você, já é experiente, faz você acordar para a vida, deixar certas coisas de lado, que você fica pensando muito – você diz 'ah, quer saber? Vamos ver o que vai dar' (CLAUDIA, entrevista, 12/5/2010).

De modo diferente, a engenheira química Livia reforça a ideia de o programa ofertar um repertório que pode ser incorporado criticamente pelo público. Não se trata de uma "mudança" imediata, como disse Claudia, mas sim de uma reflexão – "eu trago a dele [essa carga de formação], analiso, tiro minhas conclusões e parto com a minha". Para Livia,

[...] eu acho que ele é uma pessoa que está estudando há muito tempo sobre esse assunto. Ele como terapeuta, já teve na frente dele "trocentas" mil pessoas, então, situações muito parecidas ele já viu pessoas vivenciando, ele chegou à conclusão que, eu, sozinha, com a minha experiência única, não conseguiria chegar à clareza que ele chegou. Muitas vezes a interpretação que ele chegou pode não ser a que eu gostaria, ou que eu chegaria se tivesse tido toda essa carga de formação, mas eu trago a dele, analiso, tiro minhas conclusões e parto com a minha. Não é que a dele vai ser a certa, a dele vai me ajudar a chegar ao que é certo para mim. Mas o dele não vai virar lei para mim. Como a de ninguém. Eu não parto de outras pessoas e nada é lei para mim. Tiro alguma coisa dali e o que eu tirar é meu (LIVIA, entrevista, 20/4/2010).

É importante transcrever ainda dois longos trechos de entrevista, pois eles evidenciam como pode ser acachapante o poder exercido pelo Dr. Gikovate de fornecer explicações acerca do cotidiano das pessoas, das relações vividas com os mais próximos, em casa e no trabalho. No primeiro deles, Maurício, engenheiro de 46 anos que trabalhou como auditor em multinacionais e, no momento da entrevista, estava afastado fazia nove anos por depressão,

fala de umas das formulações do psicoterapeuta que é cara ao público – porque este lhe demanda recorrentemente explicações – a respeito da personalidade egoísta ou generosa das pessoas. Diz ele,

Eu vou te dar um exemplo que eu falo para todas as pessoas que sofrem de relações próximas. Ele [Gikovate] falou que metade das pessoas são egoístas - alguns egoistinhas, egoistões, ou só egoístas –, os outros são generosos e, alguns, justos. Se você entende isso como uma verdade – por exemplo, numa família que tem quatro irmãos, dois serão egoístas, dois vão ser ou generosos ou justos -, então, você entende aquela pessoa egoísta que faz coisas que te magoa. Por quê? Porque é da natureza dela... Num outro programa, ele disse que a pessoa aprende a não ser egoísta aos sete anos de idade. Quando é o momento que a criança percebe que não existe só ela - e existe o outro. E ela aprende a se colocar no lugar do outro e ter empatia. Certas pessoas que são egoístas a vida inteira não passaram por esse desenvolvimento. É por isso que no trânsito você encontra cara que ocupa o lugar que não deveria, cara que te fecha, que para na vaga de deficiente. E se o outro briga, leva um pedaço de pau na cabeça. Essas pessoas folgadas e egoístas existem no seu trabalho, na sua família, nos seus irmãos, em todo o lugar. Eu, como auditor, enfrentei muito essas pessoas, porque o meu trabalho era cortar fulano que queria meter a mão onde não devia. Então eu enfrentei muito essas pessoas e elas não gostam de serem cortadas. O fulano roubava a empresa: um ato de egoísmo. Ele queria o dinheiro da empresa para ele. Um roubou a empresa porque a mulher exigia que ele desse presentes de luxo para ela. Eu tive muito envolvido nessa parte das pessoas - das reações das pessoas. [...] Esse lado podre, eu sentia na pele. Isso me atraia. Por que o cara faz isso? O cara é gerente, ganha vinte mil reais por mês e por que ele rouba? O que o faz ser psicopata? E, nesse aspecto, isso me aproximou dessas teorias, desses psiquiatras e terapeutas etc. Isso foi uma das coisas que ele [Gikovate] falou e me marcou muito. [...] Eu sou divorciado. O que aconteceu comigo? Eu casei com uma mulher extremamente egoísta. E o ciúme é um rabo do egoísmo. Ela era ciumenta. Eu senti na pele esses problemas dos outros. Eu senti na pele afetivamente – o que me prejudicou barbaridade – e senti na pele profissionalmente, pela profissão que eu tinha. [...] E me afetou também na família. Eu tenho problemas com parentes. Eu vou citar para você: eu tenho tios solteirões, sem filhos, que têm dinheiro e foram roubados por parentes egoístas - por primos desonestos, por tios mal intencionados. Então, essa coisa que ele fala eu tenho na família, tive na profissão e tive no relacionamento pessoal. Então, ele me ajuda a entender porque as pessoas são assim e porque elas não podem ser diferentes (MAURÍCIO, entrevista, 30/4/2010, grifos nossos).

Para o pesquisado, o Dr. Gikovate falaria da natureza das pessoas, de uma essência que as marcaria nas diferentes esferas da vida social. Desse modo, o leitor/ouvinte, uma vez consciente dessa natureza – com gradações entre o egoísta e o generoso – conseguiria mapear as pessoas, classificando-as, e, portanto, prevendo e conseguindo compreender suas atitudes. Em outros termos, o psicoterapeuta fornece uma explicação "da realidade", como se fosse algo dado naturalmente, imanente e imutável, que, se o leitor/ouvinte aceitar enquanto "verdade", auxilia-o a explicar racionalmente e a entender como as relações são como são – "metade das pessoas são egoístas"; "se você entende isso como uma verdade..."; "é da natureza dela..."; "certas pessoas [...] não passaram por esse desenvolvimento". Ademais, tira a pessoa da dúvida – tanto instrui sobre como ela própria é, quanto sobre os outros – "ele me

ajuda a entender porque as pessoas são assim e porque elas não podem ser diferentes". O Dr. Gikovate fala da natureza e de sua quase imperfectibilidade.

O segundo trecho é do funcionário público Otavio, que se impressiona com o modo de o psicoterapeuta desvendar o comportamento de um ouvinte. Antecipando-se à descrição feita pela pessoa – ao conduzir a conversa – explicando-lhe seu jeito de se relacionar, Dr. Gikovate classifica seu interlocutor. Nessa nomeação, estão "dadas" as indicações para deslindar suas atitudes, nos diferentes âmbitos da vida social. A respeito do "complexo de inferioridade" de um dos espectadores, o pesquisado afirma:

O programa retrasado, que foi ao vivo, não sei se você ouviu, o cara dizendo que estraga a vida dele só para servir aos outros. Ele disse 'olha doutor, se eu tiver fazendo um negócio importantíssimo em casa e o vizinho dizer 'olha eu preciso...', eu largo o que estou fazendo e o ajudo. 'Às vezes eu vou dormir tarde porque eu ajudo tal pessoa. Eu não aguento mais isso, doutor', quer dizer, o cara está consciente que está prejudicando a vida dele. E isso, ele [Gikovate] falou 'é um extremo complexo de inferioridade. Por quê? Porque dentro de si você tem que ajudar todo mundo porque se sente inferior'. Aí começou a falar com o rapaz. Eu nem sabia que isso daí você estava aflorando o complexo de inferioridade. 'Você tem um complexo muito grande. Você é tímido?'. 'Sou demais'. Começou a bater tudo: 'você tem namorada?', 'não', 'por quê?', 'ah, não sei, não tenho como conversar, como chegar', 'mas e se ela pedir ajuda?', 'ah, aí sim, eu ajudo, eu faço questão de ajudar a pessoa, de agradar a pessoa'. Estranho. E isso é complexo de inferioridade e eu não sabia (OTAVIO, entrevista, 8/6/2010, grifos nossos).

Nas interações, ao controlar sua "fachada", Dr. Gikovate é visto como um profundo conhecedor da natureza humana e com grande capacidade para desvendá-la (aspectos que para os outros atores não seriam claros). Dito de outro modo, o psicoterapeuta manipula, nos termos de Goffman, sua identidade, reforça fatos e oculta outros, para mostrar-se (e ser visto) como um revelador de identidades, aquele que dá inteligibilidade ao mundo. Os consumidores das falas e escritos do Dr. Gikovate apropriam-se de suas orientações e as reproduzem, conseguindo, assim, explicar o mundo que os rodeia, dar o sentido às suas vivências na esfera da família, do trabalho e dos relacionamentos amorosos, e, ainda, aconselhar os amigos.

Uma das entrevistadas mencionou que gostava de seriados estadunidenses, entre eles um chamado *Lie To Me*, exibido pelo canal pago FOX Brasil. <sup>190</sup> Essa menção foi interessante, pois o personagem principal da série é um psicólogo, especialista em linguagem corporal e nas microexpressões faciais, que desvenda crimes. Dr. Carl Lightman e sua equipe, pelo estudo dos movimentos da face e do corpo, ajudam nas investigações da polícia revelando os

<sup>&</sup>lt;sup>190</sup> O seriado foi criado por Samuel Baum e veiculado no Brasil alguns meses após sua estreia, entre 2009 e 2011. Ele dramatiza as descobertas do psicólogo estadunidense Paul Ekman, pioneiro nos estudos das expressões faciais. Ekman possui dois livros publicados em português: *A Linguagem das Emoções* (Leya Brasil, 2011) e *Consciência Emocional: Uma conversa entre Dalai Lama e Paul Ekman* (Prumo Antiga, 2008).

culpados. Esse personagem parece possuir poderes sobrenaturais, pois a partir de evidencias mínimas torna inteligíveis as razões, antes obscuras, dos criminosos. Diz Livia,

ele estuda a fisionomia das pessoas. É muito legal. Esse você vai gostar. Ainda mais que você gosta dessa parte [seriados com psicólogos]. Ele faz uma análise do sorriso, da mão e te explica porque chegou a tal conclusão. Faz todo um retrospecto: cheguei a essa conclusão por isso, isso e isso (LIVIA, entrevista, 20/4/2010).

Assim, a maneira como os pesquisados consideram o Dr. Gikovate lembra a construção da personagem Dr. Carl Lightman no seriado: ele é um cientista, porém com poderes quase sobrenaturais, dada sua habilidade para explicar aspectos das relações pessoais que parecem não ser compreensíveis àqueles que as experienciam. Com o manejo racional de seu saber, Dr. Carl Lightman consegue prever e explicar o comportamento das pessoas, revelando o que elas escondem. Esse saber no mundo corporativo seria uma grande habilidade: conseguir, por exemplo, prever e explicar as atitudes de colegas; também na família, para lidar com parentes que roubam "tios solteirões e ricos" ou com "esposa egoísta". São esses "poderes", ou o manejo de certo saber, que leva Maurício a proferir o seguinte comentário:

Existem pessoas que são mais voltadas para o autoconhecimento, que gostam de conhecer a si e aos outros. Eu sou desse tipo de pessoa. Eu sou uma pessoa que gosta de saber a história do outro, saber porque o outro age de determinada maneira. E o Gikovate... *eu gostaria de ser o Gikovate* – essa é a verdade [risos]. Eu é que gostaria de estar lá falando o que ele fala. As relações humanas me fascinam (MAURÍCIO, entrevista, 30/4/2010).

### Uma linguagem feminina

Ressalta dos comentários dos entrevistados um aprendizado, a partir das falas e escritos do psicoterapeuta, acerca de como se posicionar no mundo. Ao tratar da natureza generosa ou egoísta das pessoas, tal como mencionou Maurício, Dr. Gikovate fornece um repertório por meio do qual seu público consegue dar um enquadramento racionalizado às relações tecidas nas diferentes esferas da vida social. Com essa linguagem terapêutica, a economia emocional e a postura reflexiva de homens e mulheres se assemelham.

Illouz se refere a essa linguagem como "gender-blind", ou seja, que não faz distinção de gênero, pois essas orientações ensinam a ambos; ademais, elas tanto valem no âmbito das corporações, segundo a socióloga, quanto para os vínculos familiares.

ser moderado, dosar suas emoções de acordo com o imperativo de eficiência do escritório, e, acima de tudo, pensar racional e estrategicamente [...] convida homens e mulheres a controlar suas emoções negativas, ser simpáticos, ver a si próprio por meio do olhar dos outros, ter empatia com outros (2008, p. 79 e 81, tradução nossa). <sup>191</sup>

Recuperando uma fala já citada de Otavio, ele procura exercer o que aprendeu com o psicoterapeuta acerca dos "relacionamentos humanos". Dito de outro modo, incorporou essa linguagem terapêutica e a utiliza como um senso prático. Ele escuta e aconselha suas amigas do trabalho que "descarregam seus problemas": "elas me têm como amigo e muita gente me confidencia, 'pô, Otavio...'. E eu gosto sempre de solucionar coisas e sempre em busca disso, da felicidade da pessoa" (OTAVIO, entrevista, 8/6/2010). O entrevistado possui uma competência afetiva que é reconhecida e valorizada socialmente, permitindo-lhe esclarecer "problemas" das relações humanas em seu ambiente de trabalho. Esse funcionário público possui, portanto, uma competência que no trabalho é um capital, que o ajuda a encontrar felicidade.

Os ouvintes e leitores do Dr. Gikovate – sendo ele um entre outros que divulga esse discurso terapêutico, cuja linguagem aproxima homens e mulheres – buscam racionalizar a vida emocional por meio de uma "introspecção intensa" e "reflexividade".

Illouz afirma que as competências para ouvir e falar de si, identificar suas emoções, colocar-se no lugar do outro, pertenciam ao universo feminino que, com a divulgação desse "estilo afetivo terapêutico", passaram a constituir disposições e um senso prático também para homens. Essa "feminilização" apontada pela autora é pertinente ao grupo social que frequenta as gravações no teatro Eva Herz, pois é possível encontrar nas falas dos entrevistados homens, (e a fala de Otavio é uma entre outras) como essas disposições são postas em prática e pautam as ações nas mais diferentes situações sociais.

O jovem cientista social Chico ajuíza a passagem das orientações para o senso prático:

A sua pergunta, 'para quem ele fala?', também é 'por que você escuta?'. Se eu escuto sempre, sou uma pessoa que acredito que as palavras dele, as ideias e as teorias, o complexo teórico dele, tenham não só respaldo, mas eco, nos meus pensamentos e eu vou conseguir pensar, refletir e mudar algumas das minhas práticas. Não só algumas ideias, porque, no meu entendimento, elas não são o mais importante, mas as práticas sim. No meu entendimento é isso, por que eu escuto (CHICO, entrevista, 15/4/2010).

Chico foi o único pesquisado que havia feito questões ao vivo ao psicoterapeuta. Uma vez por telefone, na CBN, outra no microfone, no teatro. Nos dois casos estava com "problemas pessoais": o primeiro deles foi o fim de seu casamento, que o fez procurar o

<sup>&</sup>lt;sup>191</sup> "[gender-blind language] to be moderate, to dose their emotions according to the imperative of office efficiency, and most of all to think rationally and strategically [...] inviting men and women to control their negative emotions, be friendly, view themselves through others' eyes, and empathize with others".

programa; depois, a separação de seus pais. Os outros entrevistados, por outro lado, afirmaram não ter vontade de fazer perguntas ao psicoterapeuta, porque, com a frequente participação nas gravações, teriam suas questões indiretamente comentadas, ou seja, ao orientar outros participantes, o Dr. Gikovate acabava se dirigindo a eles também.

Depois de descobrir o programa, pois já era ouvinte da CBN, Chico também lera alguns livros do psicoterapeuta. Nesse período, também "passava com uma psicóloga", segundo o entrevistado, "que conhecia o Dr. Gikovate e não gostava dele", dizendo que "era o típico autor da autoajuda. Eu acho que ele é um pouco mais elaborado que autoajuda, até porque eu detesto autoajuda, mas eu reconheço que algumas coisas ficam bem na superficialidade" (CHICO, entrevista, 15/4/2010).

O que mais agrada ao jovem cientista social é o conteúdo prático dos aconselhamentos. Ao afirmar que transforma ideias em prática, o entrevistado refere-se ao *habitus* terapêutico, "subjetividade socializada" nos termos de Bourdieu (2001), que diz respeito tanto aos homens quanto às mulheres desse grupo social.

É nesse pragmatismo que, para este entrevistado, estaria a ajuda prestada ao público. Diz ele,

Eu não sei te falar como. Mas eu sei que ajuda. Essas questões práticas mesmo, como lidar com seus sentimentos individuais de uma forma mais prática. Eu acho que ajuda as pessoas, [tornando-as] mais *empoderadas*, 'ah, quer fazer drama? Pode fazer drama, não estou nem aí...', dá um suporte importante para a gente... Umas ferramentas para a gente conseguir lidar. Eu não consigo te falar o quanto porque a gente não tem esse *feedback*. Mesmo eu já ouvi outros ouvintes falando, mas a gente não tem isso. Acho que ajuda, no meu caso ajudou (CHICO, entrevista, 15/4/2010).

Essas "ferramentas", portanto, dariam mais "poder" (tornando-os "empoderados") para enfrentar os diversos problemas de relacionamento, no âmbito privado e no trabalho.

Tanto as integrantes da plateia do Dr. Gikovate como as dos auditórios da TV trazem em suas falas preocupações em relação ao casamento, à vida profissional, à maternidade, afirmando a importância de sua independência em relação à família e em relação ao marido. Nas palavras das irmãs que frequentam o teatro: "Por isso sou tão favorável que a mulher nunca deixe de trabalhar. Antigamente casamento era visto de outra maneira [...] Com independência financeira [a mulher] tem independência total". (CRISTINA, entrevista, 21/5/2010). Já sua irmã dizia: "Nunca parei de trabalhar. Eu falo até hoje para a minha filha. Hoje, o melhor marido é um bom emprego (SILVIA, entrevista, 11/5/2010). No entanto, as participantes do teatro possuem, se comparadas àquelas do outro grupo, notavelmente melhores condições, materiais e simbólicas, para manejar tais ferramentas e experienciar essa

independência, bem como conciliar diferentes papéis (mãe, trabalhadora, divorciada, viúva, solteira sem filhos etc.).

Embora haja as diferenças nas condições materiais de reprodução vida, é possível assinalar que ambos os programas, na televisão e na rádio, contribuem para "dar mais poder" às mulheres (e também aos homens em outras situações) que integram esses mundos sociais específicos, na medida em que, de maneiras distintas, auxiliam-nas com roteiros e sensos práticos, no seio da família e do trabalho, bem como com ganhos materiais e simbólicos.

## 6 Considerações finais

Outra coisa que eu acho muito interessante e que aí tem um efeito positivo e um negativo, negativo porque instiga o preconceito, mas positivo porque é assim que é, é que ali tem um retrato da sociedade brasileira. Eu não sou padrão de brasileira, nem você, imagina você que está fazendo mestrado, nós não somos o retrato do Brasil. Não digo nem que a gente é minoria, digo que a gente é coisinha desse tamanho [faz gesto com os dedos indicando uma porção minúscula]. O brasileiro é aquilo, tem aqueles valores, pensa daquele jeito, tem aqueles sonhos, tem aqueles objetivos. Então, assim, quer conhecer o Brasil? Assiste Casos de Família: o sotaque, o português, a gíria, a maneira de se vestir, tudo! Tanto que às vezes eu fujo do tema, aí eles apresentam uma plaquinha assim "assunto". Porque o que ele está falando é tão interessante sabe? [...] Tinha uma mulher que falava: 'Ah, eu não vou dar quarenta para os meus filhos comerem?' 'Mas o que é quarenta?' 'Quarenta é uma polenta que se come no interior do Nordeste, que é feito assim, feito assado'. 'Mas por que se chama quarenta?' 'Olha! Tá bom, então vamos voltar para o tema.' Assim se conhece o Brasil, né? Pelas pessoas. Então, isso eu acho que é a grande contribuição do Casos de Família. Eu acho que mais que um programa de entretenimento a gente contribui para isso. Essa é a cara do Brasil, essas são as nossas necessidades. O retrato de tudo que é feito na política está aqui. Essas pessoas vivem a falta de tudo aquilo que a gente sabe que falta, mas a gente não vivencia e eles vivenciam e isso influi na moral, nos costumes, na saúde. É impressionante! É impressionante como essas pessoas vivem à margem. [...] Eu acho que é um retrato do Brasil porque pela pirâmide, quando você pega faixa etária, nível de escolaridade, cor da pele, todos esses dados, você vê ali no papel em dados, em estatística o que você vê em carne e osso em Casos de Família. Quando você pensa na pirâmide, de como é formada a sociedade brasileira, você vê ali. Não sei quantos por cento possuem nível médio, não sei quantos por cento nível superior, não sei quantos por cento analfabetos, mas você vê em estatística. A cara está ali no palco. E além da cara tem o vocabulário, o jeito de se vestir, os valores, tudo aquilo que a gente, eu pelo menos, só conhecia de estatística (REGINA VOLPATO apud GOMES, 2007, p. 35-36).

A entrevista, dada por Regina Volpato – primeira apresentadora de *Casos de Família* – à jovem antropóloga Elisa Gomes, afirma o bordão do programa: mostrar ao grande público um "retrato da sociedade brasileira", no qual não caberia a imagem da apresentadora, tampouco a da pesquisadora, ambas (praticamente) não representadas pelas estatísticas.

Esse juízo condensa um senso comumente partilhado pela equipe de produção, por alguns pesquisadores e também por parte do grande público, ou seja, *Casos de Família* e *Márcia* seriam um espaço na grade da programação que mostraria as "classes populares", o Brasil "de carne e osso". Mesmo quando matiza sua fala – "talvez seja muita ignorância minha achar que essa periferia de São Paulo reflete o Brasil todo" (2007, p. 37) –, deixa de lado a interação de diferentes integrantes implicados na produção e, portanto, a construção negociada de cada episódio ao representar os supostos conflitos desse grupo social. Dito de modo diferente, ela congela (e reforça) a imagem de que "essas pessoas vivem a falta de tudo aquilo que a gente sabe que falta [...] e isso influi na moral, nos costumes, na saúde", desconsiderando as recompensas materiais e simbólicas assinaladas pelos atores resultantes das interações pela representação de seus papéis no interior desse mundo social.

As produções brasileiras dessas emissões replicam a temática já conhecida em outros países há algumas décadas. Nos estudos que se dedicaram a essas outras produções televisivas, por exemplo, os trabalhos de Mehl (1996) e Illouz (2008), afirmava-se que tais bens culturais contribuíam para a divulgação do discurso terapêutico, isto é, de um *habitus* terapêutico, por meio dos aconselhamentos dos apresentadores e dos psicólogos envolvidos.

Ao analisar versões brasileiras dessas emissões para a televisão, destinadas àqueles com um reduzido capital afetivo, a força desse estilo terapêutico é diluída. De um lado, a abordagem psicológica divulga uma maneira de se comunicar, que acaba por aprisionar os conflitos (sociais) levados ao palco. Um exemplo forte foi aquele em que a mãe não tinha renda para alimentar seus filhos e a discussão do programa girava em torno do "manejo das emoções" (p. 92). Ou, ainda, é divulgada a mediação pela comunicação a fim de se resolverem problemas como o som alto dos vizinhos ou a briga de irmãs pelo lixo jogado no quintal. Propunha-se ali o diálogo para os conflitos: explicitá-lo e conversar com os envolvidos para chegarem a um desfecho. De outro, em relação ao consumo desse discurso, são múltiplas as motivações daquelas que integram o mundo social da TV: as falas dos psicólogos constituem apenas um dos ganhos simbólicos (entre outras remunerações materiais e simbólicas) que convidados e integrantes da plateia e do palco buscam e podem receber. Eles podem ser convertidos num senso prático ou ser deixados de lado.

Com a mudança na orientação de *Casos de Família* – expressa na troca de apresentadoras e de diretor – o conflito ganhou mais centralidade, na medida em que o foco passou às discussões com bate-boca, falando-se com voz alta e ao mesmo tempo, agressões verbais e quase físicas. Se essa abordagem mostra um tratamento mais jocoso (e, às vezes, pejorativo) dos casos, isto é, "a vida como ela é", bordão de Christina Rocha para ressaltar a

veracidade das histórias, ao mesmo tempo, reforça o que é comumente entendido serem as relações tecidas nesse grupo social (violentas, sem diálogo, expostas a todos – uma "vida invadida"). No jogo de espelhos identitários, no qual uns se constroem aos olhos dos outros, os produtores (com o poder que sua posição na cadeia produtiva lhes confere) dão a pauta de como outros integrantes devem desempenhar os seus papéis.

Para se objetivarem aqui as motivações daqueles que participam com histórias pessoais e familiares, com destaque para os ganhos materiais e simbólicos dessas pessoas, foi imprescindível que fossem abarcadas as condições de produção das falas. No mundo social da TV, logo no início da pesquisa de campo, ficou claro que compreender as interações no palco implicava a recomposição de uma multifacetada cadeia de produção, que envolvia profissionais com vínculos formais nas emissoras e pessoas informalmente ligadas a essas empresas. Há uma circularidade entre as pessoas engajadas na produção (as "garotas de programa") e aquelas convidadas do palco.

Desse modo, não se poderia afirmar que a equipe de produção manipula seus participantes: todos são interdependentes, tendo consciência das regras para sua realização, manejando-as de acordo com seus interesses e capacidades. Tal negociação para a realização do programa não apaga, contudo, a distribuição desigual de poder (e de capital) entre os envolvidos. Ademais, não apaga um aspecto advindo dessa distribuição desigual: a exploração dos participantes — visível, sobretudo, àqueles que estão apartados dessa trama — a "humilhação social". Segundo José Moura Gonçalves Filho,

Quando dizemos humilhação social, evocamos uma força que, para ter sido montada, pediu concurso de muitos atores. Nunca um só protagonista que a tivesse aplicado, nunca uma só vítima que a tivesse sofrido. Há ao menos dois ingredientes que obrigam a discussão propriamente política do problema. Humilhação social é fenômeno de tempo longo. E é fenômeno ligado à dominação. Humilhação social é o rebaixamento que atinge alguém só depois de haver ancestralmente atingido sua família ou raça, sua casa ou bairro, seu grupo ou classe, às vezes uma nação ou povos inteiros (2007, p. 1).

Para o autor, a humilhação perpetra e torna visíveis relações de dominação entre pessoas socialmente desiguais. Ainda que a humilhação se torne evidente a um telespectador atento ou ao pesquisador, essa relação não é assim significada pelos envolvidos. Considerando o ponto de vista dos integrantes do mundo social da TV, não parece fazer sentido evocar essa forma de relação social para nomear o que é experimentado no palco. A

<sup>&</sup>lt;sup>192</sup> Dominique Mehl nomeia como "lógica televisual" (2002, p. 72) essa distribuição desigual de poder entre os integrantes, ou seja, o enquadramento da câmera, a seleção de ângulos, cenas e ritmos, feita pela produção, a orquestração pelo diretor dos diálogos entre a apresentadora e o convidado, o incentivo do apresentador para conversar no palco. Sem mencionar, no caso brasileiro, esse "sistema de produção da exibição", que envolve a seleção dos convidados e os ensaios (entrevistas e o "esquenta") para entrar no palco.

gravação – um momento no "sistema de produção da exibição" – é associada, pelos convidados, a uma conquista, ou à possibilidade de uma conquista.

Ao participar dirigem-se a alguém que está longe do palco e da plateia, ou querem trazer publicamente uma questão que julgam de interesse geral, ou buscam legitimar suas posturas por meio da aprovação da equipe do programa (apresentadora e psicólogo), bem como da plateia, ou ainda almejam inserir-se no mundo artístico. Existem ainda outros ganhos, pois essas pessoas são ouvidas e, em certa medida, cuidadas pela equipe de produção antes de irem ao palco: deslocam-se com o carro da emissora, passeiam por regiões da cidade que não conhecem, fazem uma refeição no restaurante da emissora, têm os cabelos e maquilagem feitos, são remunerados pela atuação – até transformarem-se em pontos na audiência.

Adentrar esse mundo social da TV, em especial o de sua produção informal, é também entrar em contato com o universo feminino. Integrar uma caravana e/ou ser uma contato permite sair do insulamento familiar em diferentes aspectos: é uma maneira de sair de casa e se encontrar com amigas; é um motivo para se arrumar e se divertir; é uma oportunidade para encontrar um namorado, entrar em contato com o universo no qual, um dia, pretende trabalhar realizando outra função (produtora ou artista) e ter uma remuneração, ou vendendo ao grupo produtos (alimentícios, de vestuário, de higiene pessoal), produzidos por ela ou não, ou se vendendo (a força de trabalho enquanto imagem, sorriso, história, ovações) para a emissora.

Esses ganhos materiais e simbólicos referem-se a um grupo social cujas condições de reprodução da vida são precárias, ainda mais se comparadas ao grupo social que frequenta as gravações no teatro.

O episódio comandado por Regina Volpato "Comece a se cuidar ou você vai me perder" (exibição, 3/7/2008) ilustra a exploração da pobreza de um casal e também sua humilhação, ao revelarem aspectos de sua intimidade, sobretudo para aqueles que, dito novamente, não estão imiscuídos na trama de sociabilidade gerada por esse mundo. O primeiro casal a entrar no palco era formado por um senhor, catador de lixo, e sua esposa. Ela pedia no ar que o marido tomasse banho, pois ele andava todo o dia, mexia no lixo e chegava a casa cheirando mal. Era muito difícil, segundo a convidada, dormir ao lado dele à noite. O catador, porém, dizia que não gostava de tomar banho e que o fazia somente uma vez por semana. Contou também que voltava do trabalho muito cansado e que gostava de ir logo dormir. O convidado do segundo caso era um homem jovem, pedreiro, e também tinha cuidados higiênicos e estéticos diferentes aos de sua esposa – ele não gostava de se depilar e fazer as unhas, motivo de brigas com ela. No final do programa, ofereceu-se para fazer um

banheiro na casa do catador de lixo. Este último não cedeu, dizendo que mesmo com um chuveiro quente não tomaria banho.

O caso mencionado é mostrado como bizarro, provocando risos na plateia. Para Gonçalves Filho,

Os humanos confirmam sua humanidade quando incluídos em comunidades onde há troca de dons. Humilhação, nessa perspectiva, designa o estado de quem perdeu a percepção social de si próprio como de um doador. Humilhado sendo quem tenha sido publicamente congelado na figura do carente, alguém de quem cabe nos ocuparmos e que estaria impedido, ele próprio, de ocupar-se de alguém. O carente é visado como quem em tudo depende de nós: alienamos nossa própria carência e ignoramos o que recebemos dele. O subalterno é detido na figura de quem depende do seu superior que, por sua vez, fica entretido na ilusão de não depender de nada e ninguém (2007, p. 22).

Ao descrever a relação entre "subalterno" e "superior", Gonçalves Filho trata da dominação simbólica, quando um é congelado na figura do "carente" (que não possui recursos ou capitais) e o outro na figura daquele que "não depende de nada e ninguém". E ambos acreditam nessa "ilusão", ou seja, numa relação que deve ser assim. O senhor do primeiro caso tem sua humanidade diminuída ao narrar sua história: é cristalizado na imagem de catador de lixo, alguém sem asseio, cuja moradia não tem banheiro, um "carente". Ele é humilhado em cena. <sup>193</sup>

A veiculação do discurso terapêutico por essas emissões televisivas permitiria o acesso a, tomando emprestadas as palavras de Miceli, "uma dimensão que melhor encobre e dissimula as relações de força vigentes" (2005, p. 125). Segundo o autor, privilegiar a produção e circulação de bens culturais é "apreender as relações de classe no nível em que se transfiguram em relações de sentido" (p. 125).

Essa decisão apenas identifica uma das dimensões em que as relações de classe se manifestam e se reproduzem, no interior da estrutura social de uma determinada formação [...]. Nesse esquema, as classes sociais são consideradas os fundamentos últimos das significações que elas mesmas produzem e consomem, segundo uma hierarquia de legitimidades dominada pela cultura da classe dominante (MICELI, 2005, p. 125-126).

No Brasil, o discurso terapêutico é apropriado e divulgado de maneiras diferentes pelas indústrias culturais. A apropriação feita nos programas de auditório é uma negociação constante entre aqueles com diferentes capitais, inclusive competências afetivas. Em outros termos, entre agentes com poderes diferentes. Pertencente ao universo mental daqueles com

<sup>193</sup> Mesmo com a solicitude do pedreiro, o outro convidado, telespectadores poderiam questionar-se a respeito dos custos da construção de novo cômodo na casa e se o casal poderia arcar com eles. Esse fato, contudo, não gera comentários. O formato de *Casos de Família* não distribui esse tipo de auxílio com seus convidados, tais como o *Caldeirão do Huck*, da Rede Globo, e *Ratinho*, também do SBT, por exemplo, que já veicularam quadros nos quais os participantes tinham suas casas reformadas ou ganhavam recursos para tal empreitada.

um capital efetivo mais elevado, como o grupo que frequenta as gravações do Dr. Gikovate, mais próximo socialmente aos produtores da TV, esses últimos inserem o discurso terapêutico nas fórmulas do programa num jogo de tentativas, de erros e acertos. Por vezes o público os repele (buscando e atribuindo outros sentidos à sua ida ao palco), ou os compreende e se apropria deles como um senso prático. O Conselho Regional de Psicologia é uma das instâncias implicadas nessa negociação que tenta controlar tal divulgação – julgada inadequada – em tais programas.

A divulgação para um público reconhecido como possuidor de competências afetivas não gera ruídos como aquela reprovada pelo Conselho. O suporte também parece mais adequado: emissão de rádio – garantidora do anonimato "eu sou o José e tenho uma dúvida..." –, ou a gravação no teatro, tida pelos integrantes do auditório como uma "exposição momentânea", por isso, possível de ser realizada.

Ademais, a produção do rádio não gera uma rede de sociabilidade como a da TV, que se estende além da emissora e dos estúdios. No teatro, a participação limita-se ao momento da gravação e o consumo desse bem cultural figura entre outros na preferência dos integrantes da plateia. Em outras palavras, a participação na produção e o consumo do bem são individualizados, atestando a pertinência e a legitimidade desse discurso para esse grupo, bem como a posse de competências afetivas.

Mesmo sem falar em manipulação daqueles que participam da cadeia de produção na televisão, pois há sucessivas negociações ao longo de todo o processo, e ainda que haja remunerações variadas aos envolvidos, a análise do mundo social da TV permite tratar da dominação simbólica que lhe é inerente. Ela é uma das dimensões que essa análise consegue atingir: ela reforça, portanto, as posições sociais desses agentes na estrutura social.

## Referências

- ALBUQUERQUE, Luciana Santos Guilhon. **Mídia e Transformação da Intimidade na Atualidade**: As implicações subjetivas da exposição da vida íntima nos reality shows. Dissertação de mestrado. Instituto de Psicologia/IFCH, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.
- ALMEIDA, Heloísa Buarque de. "Melodrama comercial: reflexões sobre a feminilização da telenovela". **Cadernos Pagu,** Campinas, v. 19, 2002, p. 171-94.
- \_\_\_\_\_. "Consumidoras e Heroínas: gênero na telenovela". **Estudos Feministas,** Florianópolis, v. 15, n. 1, jan-abr. 2007, p. 177-192.
- \_\_\_\_\_. "Muitas mais coisas": telenovela, consumo e gênero. Tese de Doutorado.

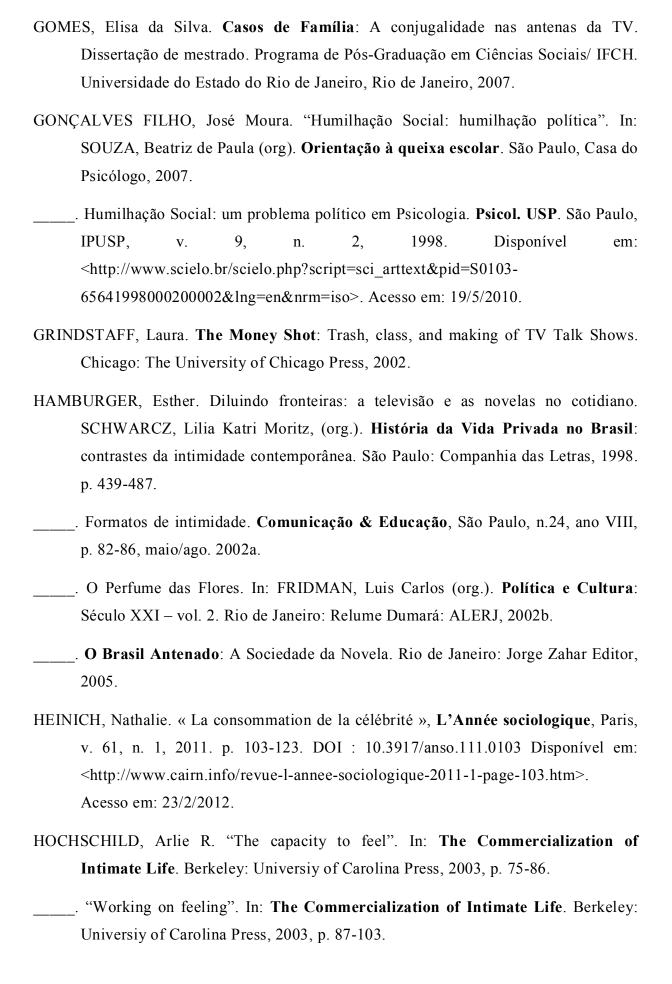
  Departamento de Antropologia/IFCH, Unicamp, Campinas, 2002.
- ALMEIDA, Verônica Eloi de. **Os Reality Shows e o Respeitável Publico da Vida Privada**. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Sociologia e

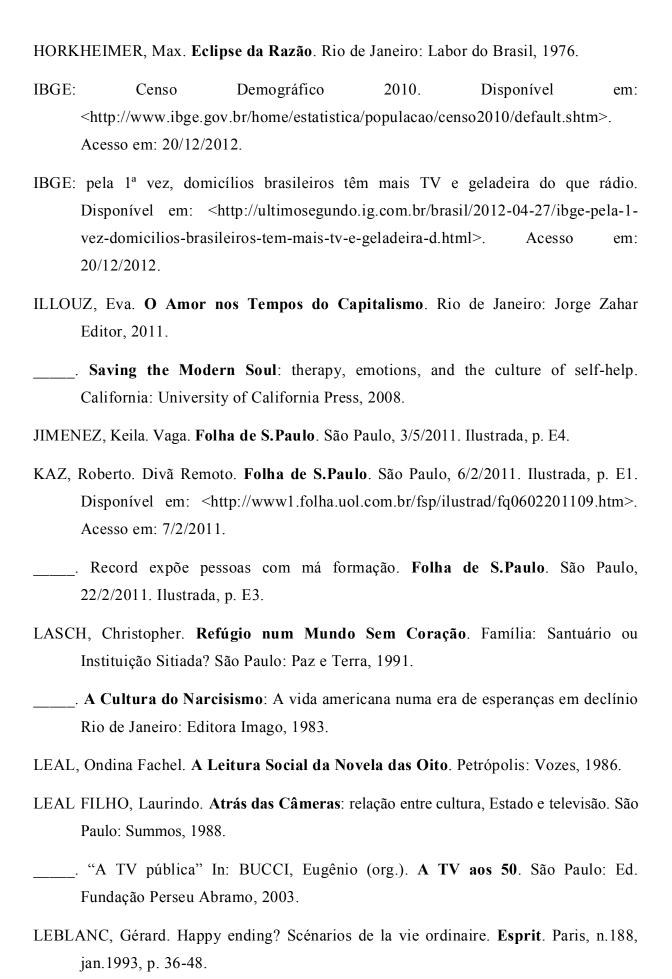
  Antropologia/IFCS, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.
- AMIEL, Vincent. Images publiques et consummation privée. **Esprit**, Paris, n. 188, jan. 1993, p. 49-53.
- AMOROSO, Sebastián. The Talk Show Formula. **TodoTV**, n. 50, abr. 2010, p.62-63. Disponível em: <a href="http://issuu.com/todotvnews/docs/ttv\_miptv2010">http://issuu.com/todotvnews/docs/ttv\_miptv2010</a>. Acesso em: 9/2/2011.
- ARAÚJO. Carlos Alberto Ávila. Dramas do cotidiano na programação da TV brasileira. In: FRANÇA, Vera. (org.). **Narrativas Televisivas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 47-68.

- BAKKER, André Werneck de A.; FREIRE-MEDEIROS, Bianca. . "Televisão-Realidade" e Metamorfose Identitária em Extreme Makeover. Cadernos de Antropologia e Imagem, Rio de Janeiro, UERJ, v. 20, n. 1, 2005.
- BARROS, Sônia Novinsky M. P. de. **Imitação da Vida**: pesquisa exploratória sobre a telenovela no Brasil. Dissertação de mestrado. Departamento de Sociologia/FFLCH, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1974.
- BATE-PAPO COM Flávio Gikovate. Disponível em: <a href="http://tc.batepapo.uol.com.br/convidados/arquivo/comportamento/psicoterapeuta-em-passione-flavio-gikovate-diz-que-mulher-tem-razao-em-ter-ciumes-de-computador.jhtm">http://tc.batepapo.uol.com.br/convidados/arquivo/comportamento/psicoterapeuta-em-passione-flavio-gikovate-diz-que-mulher-tem-razao-em-ter-ciumes-de-computador.jhtm</a>>. Acesso em: 26/9/2012.
- BAXANDALL, Michael. **Padrões de Intenção**: a explicação histórica dos quadros. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.
- BECK, Ulrich; BECK-GERNSNEIM, Elisabeth. **Individualization:** Institutionalized individualism and its social and political consequences. London, New Delhi, Thousand Oaks: Sage, 2002.
- BERCITO, Diogo; MALDJIAN, Mayra. Geração conta-tudo. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 26/7/2010. Folhateen, p. 6-8.
- BERGAMO, Alexandre. **Os Artífices da Televisão**: Autonomia e Heteronomia no Campo da Televisão. Tese de Doutorado. Departamento de Sociologia/FFLCH, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- \_\_\_\_\_. Imitação da Ordem: as pesquisas sobre televisão no Brasil, **Tempo Social**, São Paulo, v. 18, n. 1, 2006.
- BEYLOT, Pierre. O Pseudo ao Vivo no Reality show. Cadernos de Antropologia e Imagem, Rio de Janeiro, UERJ, v. 5, n. 2, 1997.
- BONELLI, Maria da Glória. "Arlie Russell Hochschild e a Sociologia das Emoções". **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 21, 2003, p. 357-372.
- BOURDIEU, Pierre. "Gostos de classe e estilos de vida". ORTIZ, Renato (org.). Pierre Bourdieu: **Sociologia**. São Paulo, Ática, 1983.
- \_\_\_\_. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

As Estruturas Sociais da Economia. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.
O Camponês e seu Corpo. <b>Revista de Sociologia e Política</b> . Curitiba, n. 26, jun 2006, p. 83-92.
A Distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.
BRASIL, Giba Assis. Graus de Realidade no Audiovisual. <b>Interseções</b> : revista de estudos interdisciplinares, Rio de Janeiro, UERJ, v. 5, n. 1, 2003.
BUCCI, Eugênio (org.). A TV aos 50. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2003.
Brasil em Tempo de TV. São Paulo: Boitempo, 2000.
CANCIAN, Francesca M. & GORDON, Steve L. "Changing Emotion Norms in Marriage: Love and Anger in US Women's Magazines Since 1900". <b>Gender and Society</b> , v.2, 1988, p. 308-342.
CHAMBAT, Pierre; EHRENBERG, Alain. Les reality shows, nouvel âge télévisuel? <b>Esprit</b> . Paris, n. 188, jan. 1993, p. 5-12.
CHAMBAT, Pierre. La place du spectateur: de Rousseau aux reality shows. <b>Esprit</b> Paris, n. 188, jan. 1993, p. 52-81.
CORBIN, Alain. Bastidores. In: PERROT, Michelle (org.). <b>História da Vida Privada</b> Da Revolução Francesa à Primeira Guerra. São Paulo: Companhia das Letras, 1991, p. 413-611.
DAUROIZ, Alline. Auditório é balada. O Estado de S. Paulo. São Paulo, 27/3 a 2/4/11 TV, p. 4-5.
DR. RUTH. Disponível em: <a href="http://www.drruth.com/content/view/42/27/">http://www.drruth.com/content/view/42/27/</a> . Acesso em 30/4/2011.
EHRENBERG, Alain. La vie en direct ou les shows de l'authenticité. <b>Esprit</b> . Paris, n 188, jan. 1993, p. 13-35.
L'individu Incertain. Paris: Hachette, 1995.
La Fatigue d'être Soi. Paris: Édition Odile Jacob, 1998.
. O Culto da Performance. Aparecida, SP: Ideias &Letras, 2010.

ELIAS, Norbert. <b>Mozart</b> : Sociologia de um Gênio. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995.
A Sociedade de Corte. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
FELTRIN, Ricardo. "Casos de Família' reestreia em maio como programa de 'barraco'"  Disponível em: <a href="http://noticias.uol.com.br/ooops/ultnot/2009/04/09/ult2548u714.jhtm">http://noticias.uol.com.br/ooops/ultnot/2009/04/09/ult2548u714.jhtm</a> . Acesso em: 5/7/2010.
FERNANDES, Ana Claudia. <b>Namoro e Família na Televisão</b> : Análise do Programa de Auditório 'Em nome do amor'. Dissertação de mestrado. Departamento de Sociologia/FFLCH, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.
FRANÇA, Vera. (org.). Narrativas Televisivas. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
FREIRE FILHO, João; CASTELLANO, Mayka; FRAGA, Isabela. 'Essa tal de sociedade não existe': O privado, o popular e o perito no talk show Casos de Família. <b>E-compós</b> . Brasília, v. 11, n. 2, maio/ago. 2008.
FUREDI, Frank. <b>Therapy Culture</b> : Cultivating vulnerability in an uncertain age. London, Routledge, 2004.
GIDDENS, Antony. <b>A Transformação da Intimidade</b> : Sexualidade, Amor e Erotismo nas Sociedades Modernas. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.
GIKOVATE, Flávio. No Divã do Gikovate. São Paulo: Ed. Globo, 2009.
GOFFMAN, Erving. <b>A Representação do Eu na Vida Cotidiana</b> . Petrópolis: Vozes, 2005.
Estigma. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1988.
On face-work. <b>Interaction Ritual</b> : essays in face-to-face behavior. New Brunswick; London: Aldine Pub. Co., 2006.
The nature of deference and demeanor. <b>Interaction Ritual</b> : essays in face-to-face behavior. New Brunswick; London: Aldine Pub. Co., 2006.
Embarrassment and social organization. <b>Interaction Ritual</b> : essays in face-to-face behavior. New Brunswick; London: Aldine Pub. Co., 2006.





LEITURA de jornais no mundo. Disponível em: <a href="http://www.anj.org.br/a-industria-">http://www.anj.org.br/a-industria-</a> jornalistica/leitura-de-jornais-no-mundo>. Acesso em: 20/12/2012. MACÉ, Eric. La télévision du pauvre. Hermès. 11-12, 1992, p. 159-172. MÁRCIA GOLDSCHMIDT voltará a fazer cirurgias plásticas na televisão. Disponível <a href="http://www.abril.com.br/noticias/diversao/marcia-goldschmidt-voltara-fazer-">http://www.abril.com.br/noticias/diversao/marcia-goldschmidt-voltara-fazer-</a> cirurgias-plasticas-televisao-467772.shtml>. Acesso em 17/11/2009. MÁRCIA REESTREIA 'Espelho, Espelho Meu'. Disponível em: <a href="http://tvcontacto.wordpress.com/2009/06/10/marcia-reestreia-%E2%80%98espelho-">http://tvcontacto.wordpress.com/2009/06/10/marcia-reestreia-%E2%80%98espelho-</a> espelho-meu%E2%80%99/>. Acesso em: 29/4/2011. MARQUES, Eduardo. Os mecanismos relacionais. Rev. bras. Ci. Soc., São Paulo, v. 22, n. 2007. Disponível em: <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci</a> arttext&pid=S0102-69092007000200013&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 24/12/2012. . Redes Sociais, Segregação e Pobreza em São Paulo. Tese de Livre-docência. Departamento de Ciência Política/ FFLCH. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007b. ; BICHIR, Renata. Redes de apoio social no Rio de Janeiro e em São Paulo. Novos estud. - CEBRAP, São Paulo, n. 90, jul. 2011. Disponível <a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci</a> arttext&pid=S0101-33002011000200006&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 24/12/2012. MARSIGLIA, Ivan. É preciso ser feliz sozinho. O Estado de S.Paulo. São Paulo, 14/6/2009. Aliás, p. J8. MARTINS, José de Souza. A Sociabilidade do Homem Simples: Cotidiano e História na modernidade anômala. São Paulo: Contexto, 2011. MEHL, Dominique. La télévision de l'intimité. French Cultural Studies. 18 (2), 2007, p. 153-167. Disponível em: <a href="http://frc.sagepub.com/cgi/content/abstract/18/2/153">http://frc.sagepub.com/cgi/content/abstract/18/2/153</a>. Acesso em: 27/5/2010.

. La télévision relacionnelle. Cahiers Internationaux de Sociologie. 2002/1, n°

Disponível

em:

63-95.

112.

p.

- <a href="http://www.cairn.info/article.php?ID\_REVUE=CIS&ID\_NUMPUBLIE=CIS\_11">http://www.cairn.info/article.php?ID\_REVUE=CIS&ID\_NUMPUBLIE=CIS\_11</a> 2&ID\_ARTICLE=CIS\_112\_0063>. Acesso em: 27/5/2010.
- \_\_\_\_. La télévision de l'intimité. Paris, Éd. du Seuil, 1996.
- "MELINA faz merchandising de cozinha sem ter casa em 'Passione'". Disponível em: <a href="http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/794532-melina-faz-merchandising-de-cozinha-sem-ter-casa-em-passione.shtml">http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/794532-melina-faz-merchandising-de-cozinha-sem-ter-casa-em-passione.shtml</a>>. Acesso em 2/10/2012.
- MICELI, Sergio. **A Noite da Madrinha** e outros ensaios sobre o éter nacional. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- MIRA, M. C. Invasão de privacidade? Reflexões sobre a exposição da intimidade na mídia. Lugar Comum Estudos de Mídia, Cultura e Democracia. Rio de Janeiro, v. 5-6, 1998, p. 97-116.
- \_\_\_\_\_. Circo Eletrônico: Silvio Santos e o SBT. São Paulo: Editora Olho D'água: Edições Loyola, s./d.
- NOMELINI, Adolfo. Roque conta em entrevista como é organizar as caravanas dos programas do SBT. Disponível em: <a href="http://www.sbt.com.br/noticias/?c=8863">http://www.sbt.com.br/noticias/?c=8863</a> Acesso em 31/10/2012.
- "O PROGRAMA DA MÁRCIA NÃO É REALITY SHOW". **O Estado de S.Paulo**. São Paulo, 02/04/2009, Caderno Vida&, p. A22.
- PINHEIRO, Leo. "Flavio Gikovate, o 'terapeuta' de Antony em Passione". Disponível em: <a href="http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/flavio-gikovate-o-psiquiatra-da-novela-das-oito">http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/flavio-gikovate-o-psiquiatra-da-novela-das-oito</a>. Acesso em 26/9/2012.
- POLLAK, Michael. Memória, Esquecimento, Silêncio. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, 1989, p. 3-15.
- PROGRAMA MÁRCIA. Disponível em: <a href="http://band.com.br/marcia/">http://band.com.br/marcia/</a>. Acesso em: 30/6/2009.
- SALECL, Renata. Choice. London: Profile Books, 2010.
- SAMPAIO, Lilian Alves. **O Riso e a Náusea**: a disputa simbólica encenada em um programa de televisão. Dissertação de mestrado. Departamento de Sociologia/FFLCH, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

- SARLO, Beatriz. Cenas da Vida Pós Moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997. . Paisagens Imaginárias: Intelectuais, arte e meios de comunicação. São Paulo: Edusp, 2005a. . **Tempo Presente**: Notas sobre a mudança de uma cultura (2001). Rio de Janeiro: José Olympio, 2005b. . Tempo Passado: cultura da memória e guinada subjetiva. SP: Cia das Letras; BH: UFMG, 2007. SELIGMANN-SILVA, Márcio. "O local do testemunho". Tempo e Argumento: Revista do Programa de Pós-Graduação em História. Florianópolis, v. 2, n. 1, jan./jun. 2010, p. 3-20. SENNETT, Richard. O Declínio do Homem Público: as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999. . A Cultura do Novo Capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 2011. STRAUSS, Anselm. "Une perspective en termes de monde social". In: La Trame de La Éditions Négociation: Sociologie qualitative et interacionisme. Paris: L'Harmattan, 1992. SULINA, Vanessa. Polêmica com psiquiatra de Gerson em Passione foi invenção, diz autor. Disponível em: <a href="http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/noticias/polemica-">http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/noticias/polemica-</a> com-psiquiatra-de-gerson-em-passione-foi-invencao-diz-autor-20101112.html#enquete>. Acesso em: 15/5/2013. SHOW DE BEYONCÉ em São Paulo acontece no Morumbi; venda começa dia 23.
- SHOW DE BEYONCE em São Paulo acontece no Morumbi; venda começa dia 23. Disponível em: <a href="http://guia.folha.com.br/shows/ult10052u668609.shtml">http://guia.folha.com.br/shows/ult10052u668609.shtml</a>. Acesso em: 30/3/2011.
- TEIXEIRA, Duda. "Não precisa casar. Sozinho é melhor" Disponível em: <a href="http://veja.abril.com.br/entrevistas/flavio\_gikovate.shtml">http://veja.abril.com.br/entrevistas/flavio\_gikovate.shtml</a>>. Acesso em: 28/9/2012
- TORRES, Carmem Lígia César Lopes. **O que o povo vê na TV**: programas de auditório e universo popular. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação do

- Curso de Ciências da Comunicação/ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.
- VELHO, Gilberto. Goffman, mal-entendidos e riscos interacionais. **RBCS** Vol. 23 n.68, outubro/2008.
- VEZZETTI, Hugo. El sujeto psicológico en el universo massmediático. **Punto de Vista**. Buenos Aires, n.47, ano XVI, p. 22-25, dez.1993.
- WIEVIORKA, Annette. **The Era of the Witness**. Ithaca e Londres: Cornell University Press, 1998.