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

RENATA GUEDES MOURÃO MACEDO

Espelho mágico: empregadas domésticas, consumo e mídia

Versão corrigida

São Paulo

Maio de 2013

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

Espelho mágico: empregadas domésticas, consumo e mídia

Renata Guedes Mourão Macedo

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, do Departamento de Antropologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH) da Universidade de São Paulo (USP), para obtenção do título de Mestre em Antropologia Social.

Orientadora: Prof. Dra. Heloisa Buarque de Almeida

Versão corrigida

São Paulo

Maio de 2013

FOLHA DE APROVAÇÃO

Renata Guedes Mourão Macedo

Espelho mágico: empregadas domésticas, consumo e mídia

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, do Departamento de Antropologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH) da Universidade de São Paulo (USP), para obtenção do título de Mestre em Antropologia Social, sob orientação da Prof. Dra. Heloisa Buarque de Almeida.

Aprovado em: 14/08/2013

Banca examinadora:

Profa. Dra.: Maria Celeste Mira

Instituição: PUC – SP

Assinatura:_____

Profa. Dra.: Laura Moutinho

Instituição: USP

Assinatura:_____

Profa. Dra.: Heloísa Buarque de Almeida

Instituição: USP

Assinatura:_____

Para Luiz e Artur

Eu já sei que essa casa onde você diz morar
Onde todo dia no portão eu venho lhe esperar
Não é a sua casa
Eu já sei que o seu quarto fica lá no fundo
E se você pudesse fugir desse mundo e nunca mais voltar
Eu já sei que esse garoto que você leva pra brincar
E que todo dia na escola você vai buscar, não é o seu irmão
Ele é filho dessa gente importante
E às vezes também é seu por um instante
Apenas dentro do seu coração
Deixe essa vergonha de lado!
Pois nada disso tem valor
Por você ser uma simples empregada
Não vai modificar o meu amor

Odair José, *Deixa essa vergonha de lado* (1973)

Agradecimentos

Entre as empregadas domésticas com as quais convivi desde criança, lembro especialmente de Pedrina. Dormindo no serviço durante anos, ela frequentemente me aceitava em sua cama quando eu sentia medo à noite. Além de gostar muito de telenovelas, Pedrina era fã da dupla Leandro & Leonardo. Tão íntima, afinal, não era da família. Perdemos seu contato e, após mais de uma década sem notícias, acredito que ela faleceu. A ela dedico esta pesquisa e também a Lurdes, Railda, Maria das Graças e Isabel.

Neste espaço, gostaria de lembrar todos que tornaram este trabalho possível. A Miriam, diarista e amiga que nos acompanhou durante anos. A Maria das Graças de Jesus que, desde que Artur nasceu, comprovou que apesar de todas as tensões que permeiam essa relação de trabalho, pode existir uma amizade sincera. Também sou grata a todas as professoras da Pitanga Porã que possibilitaram minha dedicação à pesquisa, compartilhando com elas os cuidados do meu maior tesouro, Artur.

A Luiz e Artur, por terem me mostrado o quanto somos capazes de amar, cotidianamente. Agradeço a minha avó, Maria Lucia, que durante muitos anos me criou, me educou, me ensinou (e ainda me ensina) a ser uma pessoa melhor, e a minha irmã, Roberta Mourão, companheira inseparável e indispensável de todas as fases. Agora com Emiliano Castro e a queridíssima Anabel, é uma alegria sem tamanho tê-los por perto. A meu pai, Roberto, e sua esposa, Eliana, pelo carinho cotidiano. Agradeço a minha mãe, Urânia, que sempre me ensina a ser forte, mesmo quando as coisas não saem como a gente imagina. Quero também agradecer aos familiares Sueli, Jorginho, Fábio, Marianne, Adelia, Carla, Amanda, Angelita, Alba. Agradeço também aos familiares do Luiz – Sandra, Celso, Marçal, Júlia, Cida, Marçal Filho, Karine, Duda – que desde o primeiro dia me receberam como se eu sempre tivesse feito parte da família. E agora garantem tanto afeto para o nosso querido Artur.

Gostaria de compartilhar este trabalho com minhas companheiras de orientação no grupo da Helô, pelas leituras, pela amizade e pelas angústias, em especial Michele Escoura, Marisol Marini, Ane Rocha, Marcella Betti, Beatriz Accioli Lins, Letizia Patriarca, Isabela Venturoza e Rocio Alonso Lorenzo. Sou grata aos alunos do PPGAS, em especial à turma de pós-graduação que ingressou em 2010, por todo o apoio para seguir em frente nessa profissão que sabemos não ser fácil: Júlia Goyotá (cujo apoio tem sido essencial) e Felipe Bier Nogueira, Natália Helou Fazzioni, Camila Mainardi,

Jacqueline Moraes Teixeira, Marina Barbosa, Adriana Taets, Diana Gómez Mateus, Márcio Zamboni, Pedro Lopes, Milena Estorniolo, Rebeca Campos Ferreira, Carlos Filadelfo de Aquino, Denise Pimenta, Ana Letícia de Fiori, entre outros colegas.

Agradeço a Gabriela Pelosi e Marina Belotti pelas tantas histórias vividas juntas. Sou também grata aos amigos Luis Carlos Oliveira (Tu), Irene Carvalho, Camilo Flamarion, Evania Guilhon, Walter Hatakeyama, Tony Monti, Fernando Pinheiro, Gabriela Nunes Ferreira, Tetê, Carolina Garcia, Piero Leirner, Aline Iubel, Fábio Keinert, Dimitri Pinheiro, Carol Chasin, Norma, Luizinho, Eliana Asche, Guilherme Seto Monteiro, Martha Audisio, Maíra Muhringer Volpe. A Alejandro Blanco, Clarissa, Pili e Carola pelo acolhimento na Argentina e pela amizade duradoura.

Agradeço a todo o pessoal da Anpocs, em especial ao Berto e à Cristina, além do Camilo, é claro, com quem trabalhei desde que ingressei na USP. Lembro, também, os colegas da equipe Argumento, Dalila Pinheiro, André Galletti, Márcia Cunha, Daniela Carolina Pierutti e Anderson Lima pelo aprendizado constante.

Este trabalho não teria sido possível sem o apoio dos funcionários e professores da FFLCH, especialmente, Beatriz Perrone Moisés que durante a graduação foi responsável pela minha primeira experiência de pesquisa com os índios Krahô; Márcia Lima pelo incentivo em estudar o emprego doméstico; Maria Arminda do Nascimento Arruda e Fernanda Peixoto, pelo apoio e pela inspiração; Maria Celia Paoli, por seu olhar crítico; Leopoldo Waizbort, pela atenção; Waldenyr Caldas, que enviou o primeiro e-mail que o Artur recebeu em sua vida; Soraya Gebara, Raphael Mott, Gustavo, Soares e Néa, pela amizade e estímulo.

Agradeço ao pessoal do Numas (USP), em especial aos professores Laura Moutinho e Júlio Simões, pelos encontros estimulantes e pelo incentivo à pesquisa. Quero salientar a importância do debate realizado no Numas sobre minha pesquisa com Júlio Simões e Anna Paula Vencato, de grande proveito para este trabalho.

Destaco a importância decisiva do grupo temático “Formação do campo intelectual e da indústria cultural no Brasil contemporâneo”, em especial, dos professores Sergio Miceli, Heloisa Pontes e Marcelo Ridenti, pelo aprendizado, pela inspiração profissional e pela amizade.

Sou especialmente grata a todas as pessoas que estiveram diretamente envolvidas na realização desta pesquisa, sobretudo, as mulheres que participaram da pesquisa de campo e abriram suas histórias e suas casas de maneira generosa. Agradeço também ao Hermano Vianna pela entrevista concedida. Também quero agradecer aos

professores Maria Celeste Mira e José Guilherme Magnani pelos comentários no exame de qualificação, que me ajudaram muito a dar continuidade à pesquisa. Sendo esta a versão que incorpora as correções e os comentários sugeridos pela banca de defesa, quero novamente agradecer às professoras Laura Moutinho e Maria Celeste Mira que realizaram uma leitura atenta e generosa do trabalho.

Agradeço à FAPESP pela bolsa de estudos, permitindo-me realizar este trabalho, e também ao seu parecerista anônimo, que muito me ajudou com comentários certos.

Quero agradecer especialmente à minha orientadora, Heloísa Buarque de Almeida, que desde o início acreditou neste projeto e me deu apoio e acolhimento para dar continuidade a ele. Helô, obrigada pela paciência, pela amizade e pelo exemplo profissional.

Resumo

A pesquisa analisa o consumo cultural (especialmente de rádio e televisão) de um grupo de empregadas domésticas que trabalham na cidade de São Paulo. Por meio de um mapeamento das preferências culturais dessas trabalhadoras – organizadas nos perfis “românticas”, “descoladas” e “evangélicas” –, discuto a importância dessas mídias no universo estudado. Paralelamente, a partir da análise de representações das empregadas domésticas na televisão, em especial, por meio de uma “análise compartilhada” da telenovela *Cheias de Charme* (Globo, 2012, 19h30), avalio as transformações ocorridas na imagem da empregada doméstica – na ficção e na vida real –, explorando a passagem de “trabalhadora pobre” para “consumidora da classe C”. Nesse contexto, temáticas como trabalho doméstico, gênero, classe, cor, consumo e mídias são relacionadas.

Palavras-chave: empregadas domésticas, consumo cultural, recepção, televisão, telenovela, rádio, consumo, classe C.

Abstract

The research analyses the cultural consumption (particularly television and radio) of domestic workers in São Paulo (SP). Through mapping the cultural preferences of these women workers – divided in three profiles, “romantic”, “up to date” and “evangelic” – I raise reflections on the importance of these media among them. In parallel, through the analyses of domestic workers representations in television, in particular in the telenovela *Cheias de Charme* (Globo, 2012, 19h30), I discuss the transformations on the image of these workers – in fiction and in real life – exploring the passage from “poor workers” to “class C consumers”. In this context, issues such as domestic labor, gender, class, race, consumption and media are interrelated.

Key-words: domestic workers, cultural consumption, reception, television, radio, consumption, class C.

SUMÁRIO

Resumo..... p. 9

Introduçãop. 13

Capítulo um: De trabalhadoras a consumidoras: a empregada doméstica na sociedade brasileirap.20

1. “De criadas a trabalhadoras”: um breve olhar sobre os aspectos históricos do emprego doméstico.....p. 21

2. De trabalhadoras pobres a consumidoras: algumas transformações recentes.....p.24

3. Dilemas em campo: discursos e práticas sobre o trabalho como empregada doméstica.....p.30

3.1. Mercado de trabalho e o *valor* do emprego doméstico.....p.34

3.2. Diferenças e desigualdade: gênero, cor e classe no emprego doméstico.....p.38

4. *Pobre ou chique?* A centralidade do consumo no cotidiano.....p.40

Capítulo dois: Do “brega” ao *pop*: consumo cultural entre empregadas domésticas em São Paulo,p.47

1. O consumo cultural cotidiano entre um grupo de empregadas domésticas.....p.49

1.1 “Românticas”.....p.50

1.1.1 Emoção no ar: cartas de saudade, músicas e ídolos.....p.54

1.1.2 Televisão: informação e entretenimento com emoção.....p.60

1.2 “Descoladas”.....p.64

1.2.1 Para além da emoção, o glamour do *pop*.....p.70

1.2.2 Televisão sim, mas com “conteúdo”.....p.71

1.3 “Evangélicas”.....p.72

1.3.1 Igrejas pentecostais e os perigos das mídias profanas.....p.76

2. Gênero, classe e cor na composição dos perfis: comentários gerais.....p.78

3. Cultura “de massa” e a construção social do gosto: notas para um debate.....p.80

Capítulo três: Espelho mágico: *Cheias de Charme* e as representações de empregadas domésticas na televisão.....p. 87

1. As expectativas de Rosângela: discutindo imagens de empregadas domésticas e de mulheres pobres na TV.....p.89

2. Compreendendo o foco de audiência da Rede Globo.....	p.92
3. Faxina na TV: representações de empregadas domésticas em teleficções da Globo.....	p.97
4. Discutindo a relação: empregadas domésticas e mídias em <i>Cheias de Charme</i>	p.107
5. A empregada “sensual e sedutora”: dialogando com estereótipos.....	p.115
6. Pé de chinelo ou de salto alto? Ascensão social, consumo e “autoestima” entre as Empreguetes.....	p.119
7. Os sonhos de Maria: espelho mágico.....	p.123

Considerações finais.....	p. 126
----------------------------------	---------------

Referências Bibliográficas.....	p.130
--	--------------

Anexos

Anexo 1: informações sobre as mulheres pesquisadas.....	p.139
Anexo 2: Resumo da história de <i>Cheias de Charme</i>	p.142

Introdução

1. Desenvolvimento e questões de pesquisa

O objetivo principal desta pesquisa é analisar as relações entre empregadas domésticas, consumo e mídia, levando em conta a produção e reprodução social de hierarquias e desigualdades. Sendo o emprego doméstico uma profissão historicamente desvalorizada na sociedade brasileira e o consumo de bens, simbólicos ou materiais, um dos aspectos centrais à estratificação social contemporânea, como esses aspectos se relacionam?

Desenvolvida por meio de pesquisa de campo com empregadas domésticas que trabalham na cidade de São Paulo e de análise de diferentes mídias, o foco do trabalho foi o consumo cultural, sobretudo de rádio e televisão, entre tais mulheres. Paralelamente, analisei algumas representações imagéticas dessas profissionais na televisão e realizei um estudo de recepção a partir da telenovela *Cheias de Charme* (Globo, 2012, 19h30).

Os recortes estabelecidos na pesquisa, assim como as conclusões e as hipóteses a que cheguei, refletiram o contexto no qual o trabalho foi elaborado. Desde 2009, quando escrevi o projeto de mestrado, diversos acontecimentos levaram-me a redesenhar as questões formuladas, revelando novos desafios analíticos. Assim, quando o trabalho teve início, o emprego doméstico era comumente descrito na bibliografia e na imprensa como o lócus profissional de mulheres pobres, migrantes, negras, de baixa escolaridade, formando a maior categoria profissional feminina do país. Tais dados, reiterado pelas estatísticas, atribuíam ao emprego doméstico uma série de estigmas, cujas raízes históricas são facilmente verificáveis se acompanharmos a trajetória da profissão desde o Brasil colonial. Entre 2010 e 2012, período de realização da pesquisa empírica, pude perceber como, ao discurso da “trabalhadora pobre”, progressivamente somavam-se novas representações, especialmente relacionadas à maior capacidade de negociação profissional e de consumo. Tais processos, bastante divulgados pela mídia, puderam ser evidenciados também na fala das empregadas domésticas, revelando que embora ainda ocupem uma posição rebaixada no mercado de trabalho e enfrentem muitos desafios relacionados à pobreza, existem algumas transformações nas condições de vida e de trabalho. Relaciona-se diretamente a esse aspecto um maior poder de consumo por parte dessas trabalhadoras, uma vez que possuem maior facilidade na aquisição de bens

(eletrodomésticos, computadores, roupas, cartões de crédito, celulares) antes mais restrito ao universo dos padrões.

Em abril de 2012, a estreia da telenovela *Cheias de Charme*, na Rede Globo, cujas três protagonistas eram empregadas domésticas, aqueceu os debates sobre a profissão e sobre sua relação com a mídia, principal tema de interesse desta pesquisa. Realizada com foco na espectadora “da classe C”, conforme definições da própria emissora, a novela dialogava com diversas das minhas hipóteses iniciais: a existência de um imaginário que relaciona esse grupo profissional feminino a um consumo cultural específico, além da incorporação de novos discursos sobre a profissão, especialmente no que se refere ao posicionamento enquanto consumidoras potenciais. Aproveitando essa notável coincidência, pude realizar um estudo de recepção da novela com algumas trabalhadoras, trazendo para a análise outras representações de empregadas domésticas em teleficções da Globo, e, desse modo, refletir sobre tais imaginários, suas continuidades e transformações.

Em abril de 2013, já na fase de fechamento da pesquisa, foi aprovada a “PEC das Domésticas” (Proposta de Emenda à Constituição nº 72/2013) que equiparou os direitos dos empregados domésticos aos demais trabalhadores urbanos e rurais, conforme previsto no artigo 7º da Constituição Federal de 1988. Embora os detalhes legais, tais como o valor e o modo de pagamento do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), ainda estejam em negociação, a promulgação dessa emenda constitucional significou um passo importante para a longa e desigual história das empregadas e empregados domésticos no Brasil.

Tais acontecimentos reiteram dois aprendizados (entre tantos outros) que tive ao longo desta pesquisa. Em primeiro lugar, a importância de um olhar histórico para compreendermos a vida social. Embora esse aspecto não tenha sido aprofundado ao longo da dissertação, foi importante perceber que os objetos de pesquisa aqui inter-relacionados – emprego doméstico, consumo e mídias – diferente de minha impressão inicial, são termos em constante transformação, sendo necessárias contextualizações socioeconômicas, políticas e históricas para compreendê-los em seus matizes. Em segundo lugar, o caráter muitas vezes ambíguo e contraditório dos fenômenos estudados se mostrou um desafio analítico importante, que permeava todos os objetos de pesquisa. Assim, ficou a lição de que, conforme afirmara Roger Chartier (1991, p.172), é por meio de representações e discursos “contraditórios e em confronto” que os indivíduos e os grupos dão sentido ao mundo que é deles.

2. Metodologias utilizadas

O trabalho aqui apresentado desenvolveu-se a partir de pesquisa de campo, bibliográfica e em diferentes mídias.

O emprego doméstico, segundo definição oficial do Ministério do Trabalho e do Emprego, é o trabalho “de natureza não lucrativa à pessoa ou à família”, realizado “no âmbito residencial destas”¹. No Brasil, porém, a caracterização como “doméstica” historicamente transcendeu o âmbito do trabalho, remetendo a um posicionamento rebaixado nessa estrutura social. Profissão exercida em sua grande maioria por mulheres, associada à tradicional divisão sexual do trabalho², a empregada doméstica diarista ou mensalista realiza atividades consideradas “não produtivas” e relacionadas à esfera do feminino como limpar, lavar, passar, cozinhar e cuidar de crianças e idosos³.

Na pesquisa de campo, realizada entre julho de 2010 e setembro de 2012, relacionei-me com mulheres que trabalharam ou trabalham em “*casas de família*” na cidade de São Paulo, incluindo empregadas domésticas diaristas ou mensalistas, que executam atividades gerais ou específicas (como babá e acompanhantes de idosos), uma vez que o foco da pesquisa era a relação entre a categoria profissional, majoritariamente feminina, com consumo e mídias.

O primeiro passo foi a realização de uma série de entrevistas semiabertas, em que eu perguntava dados sobre história de vida, trabalho e consumo cultural. Durante o período, realizei um total de 28 entrevistas, metodologia que se revelou duplamente importante: em primeiro lugar, funcionou como uma porta de entrada para outras conversas; em segundo, como uma maneira estratégica de recolher e, posteriormente, organizar dados básicos sobre trajetórias de vida e consumo cultural.

Essa etapa inicial do campo teve dois pontos de partida: um condomínio residencial fechado na zona sul de São Paulo e uma rede de contatos a partir de empregadas domésticas já conhecidas, que trabalham ou trabalharam na casa de parentes e amigos. A escolha de realizar pesquisa num condomínio de prédios deveu-se

¹ Definição disponível em: http://www.mte.gov.br/trab_domestico/default.asp, acessado em 28/04/2011.

² Sobre a divisão sexual do trabalho, Hirata e Kergoat (2007) definem: “é a forma de divisão do trabalho social decorrente das relações sociais entre os sexos; mais do que isso, é um fator prioritário para a sobrevivência da relação social entre os sexos. Essa forma é modulada histórica e socialmente. Tem como características a designação prioritária dos homens à esfera produtiva e das mulheres à esfera reprodutiva e, simultaneamente, a apropriação pelos homens das funções com maior valor social adicionado (políticos, religiosos, militares etc.)” (2007, p. 599).

³ Aos empregados domésticos homens se destinam, ao contrário, as tarefas associadas ao âmbito do masculino, desempenhando funções como motoristas, jardineiros e mordomos.

ao fato desse ambiente contar com um espaço comum amplo e frequentado pelas empregadas domésticas (cuidando de crianças ou passeando com animais de estimação), facilitando a realização dos primeiros contatos. Esse condomínio, localizado na zona sul de São Paulo, é constituído por cerca de uma dezena de edifícios, onde habitam mais de duas mil pessoas. Assim como outros condomínios da região, se enquadra no que Teresa Caldeira (2000) denominou como “enclaves fortificados”: condomínios fechados nos quais a preocupação com a segurança privada dos moradores orienta a organização do espaço⁴. Destina-se, assim, a pessoas “interessadas a viver exclusivamente entre seus pares”, garantindo a segregação espacial por meio de muros altos com cercas eletrificadas, câmeras de vídeo e guardas particulares (Caldeira, 2000, p. 247)⁵. Além dos edifícios, o condomínio conta com diversas aéreas comuns como clube, piscina, jardins e playgrounds. Foram nesses espaços que tive a oportunidade de conhecer algumas mulheres que trabalhavam como empregadas domésticas. Conheci outras trabalhadoras do condomínio por indicação das primeiras, ampliando a rede de contatos. No total dessa etapa, entrevistei 11 mulheres. Com algumas consegui certa intimidade, facilitada por acompanharem crianças em atividades oferecidas pelo clube, tais como futebol, capoeira e natação. Outras mulheres, no entanto, recusaram-se a conceder entrevistas, talvez zelosas por seus empregos.

A pesquisa de campo realizada por meio da rede de contatos de que dispunha favoreceu um acesso direto às moradias das trabalhadoras, ambiente no qual as mulheres, em alguns casos, se sentiam mais à vontade. Isso ficou especialmente nítido para mim no primeiro contato que tive com uma empregada que trabalhara no passado para conhecidos meus: eu me lembrava dela mais quieta e tímida e me surpreendi com sua alegria e desinibição ao me mostrar seu bairro e sua casa, renovando a nossa relação e permitindo outros encontros para o aprofundamento da pesquisa.

A estreia da telenovela *Cheias de Charme*, em abril de 2012, trouxe novas possibilidades ao trabalho de campo, inclusive renovando minhas justificativas para frequentar a casa de residência ou de trabalho de algumas interlocutoras. Nesse contexto, passei a assistir alguns capítulos da novela acompanhada por suas famílias ou

⁴ O condomínio em questão adéqua-se totalmente à descrição realizada por Caldeira sobre o condomínio fechado: “é um tipo de empreendimento de múltiplas residências, sobretudo edifícios, invariavelmente fortificados, com entradas controladas por sistemas de segurança, normalmente ocupando um grande terreno com aéreas verdes e incluindo todo tipo de instalações para uso coletivo” (Caldeira, 2000:243).

⁵ Desse modo, meu acesso às aéreas comuns do condomínio só foi possível pois tenho parentes que aí residem, os quais autorizaram minha estadia alguns dias em setembro de 2010 e posteriormente, algumas semanas entre fevereiro e março de 2011.

padrões, além da realização de conversas sobre a trama, na tentativa de realizar uma “análise compartilhada” do produto.

Além da pesquisa de campo, realizei pesquisas em mídias como jornais, revistas, rádio e televisão. O interesse era duplo. Por um lado, me manter atualizada sobre a programação das rádios e emissoras consumidas pelas trabalhadoras pesquisadas, conforme material exposto no capítulo dois. Também acompanhei, ainda que de maneira não sistemática, algumas revistas populares como *Ana Maria* e *Ti Ti Ti*. Por outro lado, a intensa pesquisa em jornais e na internet sobre o status do emprego doméstico na sociedade brasileira atual, bem como a discussão sobre a ascensão da “classe C” e as mudanças relativas aos padrões de consumo, também se mostraram essenciais para a compreensão dos meus objetos de estudo.

Paralelamente, realizei pesquisa sobre algumas das representações de empregadas domésticas na mídia. Assisti aos episódios disponíveis em DVD referente aos anos de 2003 e de 2005 do seriado *A Diarista*. Também analisei algumas personagens empregadas domésticas de três telenovelas escritas, a partir dos anos 2000, por Manoel Carlos e veiculadas pela Rede Globo no período. Além de assistir a quase todos os episódios de *Cheias de Charme*, também procurei me manter informada sobre as notícias e debates publicados na imprensa sobre a trama. Assim, por meio do recurso de pesquisa oferecida pelo site *Google*, criei um marcador que me notificava diariamente sobre os conteúdos disponíveis *online* relacionadas ao folhetim eletrônico, mantendo-me atenta às entrevistas concedidas por atores e produtores da novela, bem como pelos coordenadores e diretores da Rede Globo, conforme material discutido no capítulo três sobre a mudança no foco de audiência dessa emissora. No período, também realizei uma entrevista por e-mail com o antropólogo Hermano Vianna, que foi o produtor musical de *Cheias de Charme*. A entrevista foi importante para elucidar aspectos centrais à compreensão da produção da novela, como as disputas internas à emissora e o projeto de redirecionamento da programação para fidelizar as classes populares, além de confirmar algumas hipóteses sobre o universo musical retratado na trama.

Durante a realização da pesquisa, também fiz uma visita ao Programa Raul Gil (exibido pelo SBT aos sábados). Em conversa com uma das trabalhadoras que participam da pesquisa, fui informada sobre a existência de um concurso intitulado “A Mais Bela Empregada Doméstica do Brasil” que estava ocorrendo nesse programa, um dos seus favoritos. Estimulada pela possibilidade de conversar com as empregadas

domésticas que participam do concurso, procurei a produção do SBT. Infelizmente não me foi permitido contatá-las. Em contrapartida, me ofereceram a oportunidade de assistir à gravação de um programa junto às caravanistas. A experiência revelou como tais programas, tanto por parte da produção como por parte das mulheres que formam a plateia, são considerados “naturalmente” femininos e populares, havendo uma relação de afinidade entre tais esferas.

3. Estrutura da dissertação

Além desta introdução, das considerações finais e dos anexos, a dissertação está organizada em três capítulos. O capítulo um, intitulado “De trabalhadoras a consumidoras: a empregada doméstica na sociedade brasileira” objetiva refletir sobre o emprego doméstico e sobre as trajetórias de algumas trabalhadoras pesquisadas, tendo em vista a construção de suas identidades enquanto profissionais e enquanto consumidoras na cidade de São Paulo. Ao iniciar com um breve panorama histórico do emprego doméstico no Brasil e uma revisão da bibliografia nas ciências sociais sobre o tema, o texto pretende contextualizar essa profissão a partir de categorias sociais como gênero, “raça”/cor e classe social, analisando as transformações recentes que vem ocorrendo nesse universo. Os discursos sobre a empregada doméstica, organizados em torno de dois polos que frequentemente sobrepõem-se – um positivo, que busca valorizar a categoria e suas possibilidades de ascensão social; e um negativo, mais atrelado ao estigma e as baixas condições sociais dessas profissionais – também são analisados. Acredito que essa análise se tornou indispensável, pois além de seu interesse intrínseco para compreendermos os fenômenos aqui trabalhados, permite que o leitor compreenda as transformações históricas também nas representações das empregadas domésticas em programas da Rede Globo, conforme discussão realizada no capítulo três, além de fornecer dados indispensáveis para compreendermos o consumo cultural analisado no capítulo dois. De maneira geral, as perguntas que orientaram esse capítulo são: o que significa ser empregada doméstica no Brasil? Quais os discursos contemporâneos acerca dessa atividade? Como as transformações do Brasil recente (incremento da “classe C”) impactam na vida dessas profissionais? Em campo, há melhorias de fato? Qual é a importância do consumo nesse universo? As melhorias relatadas implicam em aumento da cidadania e da inclusão social?

No capítulo dois, intitulado “Do ‘brega’ ao *pop*: consumo cultural entre um grupo de empregadas domésticas”, após refletir sobre o imaginário cultural associado a

essa categoria profissional, realizo um mapeamento do consumo cultural, sobretudo de rádio e televisão, entre as trabalhadoras pesquisadas. Por meio da elaboração de três perfis traçados em função da religiosidade e escolaridade/perspectiva de ascensão social, discuto alguns dos principais programas e artistas importantes nesse contexto. Na segunda parte realizo uma análise sobre o significado desses produtos para as mulheres pesquisadas, tendo como pano de fundo a bibliografia sobre indústria cultural e cultura de massas. As perguntas que orientaram esse capítulo foram: enquanto mulheres oriundas das classes populares, de maneira geral, quais bens culturais são consumidos e valorizados no cotidiano? Especificamente enquanto empregadas domésticas, há influências e trocas culturais na relação com os patrões? Secundariamente, outras questões foram levadas em conta: Como os produtos culturais consumidos são analisados pela bibliografia sobre ‘indústria cultural’ e ‘cultura de massas’? Quais são os critérios que as próprias empregadas domésticas mobilizam nas escolhas culturais realizadas? Ainda que indiretamente, como esses produtos se relacionam com marcadores sociais tais como gênero, cor e classe?

No capítulo três, intitulado “Espelho mágico: a telenovela *Cheias de Charme* e as formas de representação de empregadas domésticas na TV”, apresento reflexões sobre o contexto de produção e sobre a trama desse folhetim. Também retomo algumas representações importantes de empregadas domésticas veiculadas em novelas e programas humorísticos pela Rede Globo e exponho os dados obtidos em campo sobre a temática. Por meio de uma “análise compartilhada” de *Cheias de Charme* com as interlocutoras de pesquisa, reflito sobre alguns dos estereótipos da empregada doméstica na televisão e sobre as transformações que a personagem passou nas últimas décadas, tendo como foco a questão da desigualdade social. As questões que orientaram o capítulo são: O que as representações de empregadas domésticas em teleficções revelam acerca do imaginário sobre a profissão no Brasil? Há transformações importantes nessas representações? Como as empregadas domésticas pesquisadas analisam tais materiais? Qual é a importância do consumo nessa relação entre mídias e empregadas domésticas?

Capítulo um.

De trabalhadoras a consumidoras: a empregada doméstica na sociedade brasileira

“Nova doméstica tem carro zero e faz faculdade”

Portal de notícias G1 - Globo, 19/09/2010

“Negras e com baixa escolaridade são maioria das trabalhadoras domésticas”

Portal de notícias Carta Capital, 27/04/2011

Publicadas em diferentes portais de notícias com um intervalo de poucos meses, as manchetes acima apontam para a diversidade de discursos possíveis sobre o emprego doméstico nos últimos anos no Brasil. Essas reportagens, entre centenas de outras publicadas entre 2010 e 2012, provavelmente confundem os leitores. Afinal, atualmente o emprego doméstico é uma profissão desvalorizada, formada por mulheres pobres, de baixa escolaridade, de maioria negra? Ou o emprego doméstico é uma profissão escassa, formada por mulheres cada vez mais escolarizadas e bem remuneradas? Entre um polo e outro, afirmações como a realizada pelo ex-ministro da fazenda Delfim Netto durante entrevista no mesmo período, em abril de 2011, revelam algumas das contradições que permeiam os discursos cotidianos sobre a profissão: “há uma ascensão social visível. A empregada doméstica, que felizmente não existe mais, está desaparecendo. Quem teve este animal, teve. Quem não teve, nunca mais vai ter” (Folha de S. Paulo, 5/04/2011)⁶.

Se essas contradições tornam-se nítidas nos discursos veiculados pela imprensa, também nas falas de empregadas e empregadores, nas representações imagéticas veiculadas pela televisão e no imaginário associado a esse grupo profissional os dois polos se misturam, revelando as dificuldades envolvidas na compreensão da situação atual das empregadas domésticas brasileiras. Nessa direção, questões relacionadas às trajetórias profissionais, à perspectiva de ascensão social e ao consumo de bens relacionam-se entre si, sobretudo quando as contextualizamos no cenário brasileiro contemporâneo, marcado pela maior mobilidade social e maior poder de consumo das classes populares. Certamente tais questões também incidem no modo como as empregadas domésticas são representadas na televisão (conforme discussão realizada no capítulo três desta dissertação).

⁶ Notificado, o ex-ministro registrou em cartório o pedido de desculpas à categoria (Exame, 10/05/2011).

O objetivo deste capítulo é, partindo dos dados de campo e do uso de bibliografia pertinente, refletir sobre o emprego doméstico e sobre as trajetórias de algumas trabalhadoras, tendo em vista a construção de suas identidades enquanto profissionais e consumidoras na cidade de São Paulo. Mas antes de entrarmos nos dados de campo, faz-se necessário reconstituir brevemente algumas características históricas dessa atividade profissional, visando contextualizar o debate.

1. “De criadas a trabalhadoras”⁷: um breve olhar sobre os aspectos históricos do emprego doméstico

Amanheci em cólera. Não, não, o mundo não me agrada. [...] Mentir dá remorso. E não mentir é um dom que o mundo não merece. [...] E ter empregadas, chamemo-las de uma vez de criadas, é uma ofensa à humanidade (Clarice Lispector, *A Descoberta do Mundo*, 1967, p. 37).

A ideia do espaço “doméstico”, segundo Anne McClintock, não pode ser aplicada universalmente a qualquer casa ou domicílio, exigindo para sua compreensão uma genealogia. Etimologicamente, o verbo domesticar tem origem similar ao verbo dominar, ambos derivando de *dominus*, senhor do *domus*, o lar (2010, p. 63). Ao analisar a Inglaterra Vitoriana (século XIX), a autora destaca como nesse espaço se desenvolveram inflexões centrais para a constituição da sociedade burguesa moderna, como a separação entre público e privado, masculino e feminino, trabalho e lazer, trabalho produtivo e não produtivo, trabalho servil e assalariado, assim como o desenvolvimento correlato das noções de raça e classe.

Naquele momento, ocorria o que a autora denominou como o “culto da domesticidade”: um processo de subestimação do trabalho feminino no qual todo sinal de seu esforço tinha que ser ocultado. Tendo seu ápice na transição da economia feudal para o capitalismo industrial, esse processo teve como resultado, por um lado, a invenção histórica do lazer e, por outro, a da “empregada doméstica invisível” (McClintock, 2010). Assim, no discurso dominante sobre a época, enquanto a mulher vitoriana era descrita como ociosa e dedicada exclusivamente ao lazer e aos romances, o trabalho doméstico ficava restrito às criadas, mantidas grande parte do tempo fora de vista, reclusas nas áreas de serviço. Essas trabalhadoras, ao transgredir as fronteiras vitorianas entre o público e o privado, o trabalho e o lazer, o trabalho pago e o não pago,

⁷ Reproduzo o subtítulo do trabalho de Hildete Pereira de Melo, intitulado *O serviço doméstico remunerado no Brasil: de criadas a trabalhadoras* (Melo, 1998).

eram estigmatizadas e “fetichizadas” como perigosamente ambíguas (McClintock, 2010, p. 84)⁸.

No Brasil, desde o início da colonização portuguesa o emprego doméstico esteve presente. Para Gilberto Freyre, a interação dos escravos domésticos com as famílias patriarcais foi de primeira importância, proporcionando tanto trocas culturais quanto a miscigenação entre brancos e negros (Freyre, 2006). Para além da intimidade estabelecida, violência e sadismo constituíam-se como aspectos indissociáveis das relações que envolviam brancos e negros no interior da Casa Grande⁹.

No final do século XIX, após a abolição da escravidão, o trabalho doméstico tornou-se a maior fonte de trabalho feminino no Brasil. Naquele momento, ainda era compreendido como uma “ajuda” em troca de casa e comida para as trabalhadoras pobres, brancas e não brancas (Melo, 1998). Com os processos de industrialização e de urbanização, associados à expansão da classe média, a atividade foi gradualmente transformando-se em serviço doméstico remunerado. Entretanto, ao longo da primeira metade do século XX, essa ideia de “ajuda” ainda se mantinha em muitas famílias, tendendo a diminuir progressivamente (Melo, 1998).

Ainda nas décadas de 1960 e 1970, a profissão era fortemente estigmatizada e desvalorizada. Em 1970, embora as empregadas domésticas representassem mais de um quarto da força de trabalho feminina (Bruschini e Lombardi, 2000), para muitas famílias de classes médias e altas essas trabalhadoras ainda eram vistas como “criadas” que tinham que servi-las, mesmo que tivessem que abrir mão de suas vidas particulares. A profissão era marcada por salários baixíssimos, jornadas de trabalhos extensas e o maior índice de informalidade do mercado de trabalho feminino. Ilustrando esse período, em pesquisa no acervo digital do jornal *Folha de São Paulo*, encontrei o seguinte apelo publicado em 1965 no “Caderno Vida Social”:

⁸ Para se ter uma ideia da importância geral das criadas na economia imperialista britânica, a autora comenta: “Com o avanço do século XIX, as mulheres eram cada vez mais chamadas para o serviço doméstico, até que, em meados do século, dois terços de todos os servidores domésticos eram mulheres. Em 1851, 40% das mulheres assalariadas trabalhavam como domésticas. [...] Nas últimas décadas do século, o trabalho doméstico feminino era a maior categoria de trabalho depois da agricultura” (2010, p. 137).

⁹ Freyre destacou, por exemplo, o lugar que os criados passavam a ter no interior da família patriarcal. Segundo o autor, “a casa-grande fazia subir da senzala para o serviço mais íntimo e delicado dos senhores uma série de indivíduos – amas de criar, mucamas, irmãos de criação dos meninos brancos. Indivíduos cujo lugar na família ficava sendo não o de escravos mas o de pessoas de casa [...]. Quanto às mães-pretas, referem as tradições o lugar verdadeiramente de honra que ficavam ocupando no seio das famílias patriarcais [...] (2006, p. 435).

Nunca se esqueça de que a doméstica que a serve, por mais humilde e serviçal que o seja, é sua semelhante, com direito a ter vida própria. Não a faça viver exclusivamente para servi-la! (Folha de S. Paulo, 09/05/1965).

Exemplos como esse contextualizam um pouco o status da profissão na década de 1960, demonstrando o abismo social que poderia existir entre empregadas domésticas e patrões, permitindo situações em que até mesmo a humanidade da trabalhadora podia ser esquecida.

Diante desse cenário, os estudos que surgiram na década de 1970 sobre empregadas domésticas, de maneira geral, apresentavam uma visão bastante crítica, enfatizando sua precariedade. Tomando o trabalho fabril como modelo das relações de trabalho, o emprego doméstico era visto como uma profissão essencialmente arcaica, personalista e clientelista, que teria suas bases na desigualdade inerente à família patriarcal (Brites, 2003). Em estudo pioneiro, publicado na década de 1970, Heleieth Saffioti considerava o emprego doméstico como um grande “exército de reserva”, o qual tenderia a se integrar ao sistema de trabalho propriamente capitalista com a modernização do país (Saffioti, 1978). Ao analisar a “extração socioeconômica” e o “estilo de vida” de empregadas domésticas na cidade de Araraquara (SP), Saffioti destacava o perfil bastante homogêneo dessas trabalhadoras, com forte concentração de mulheres pobres, de baixa escolaridade (muitas analfabetas) e migrantes. Além das longas jornadas de trabalho e da solidão (“um dos grandes dramas da ocupação de doméstica”) (1978, p. 75), Saffioti destacava como “as mulheres entrevistadas [estavam] intensamente imbuídas da ideologia dominante, especialmente da mística feminina” (1978, p. 96).

O tema da migração de empregadas domésticas também foi analisado na década de 1970 no estudo de Eunice Durham sobre migrantes nordestinos rumo à metrópole paulista. Em *A Caminho da Cidade* (1978), Durham destacou como havia um tipo especial de migração subsidiada, no qual empregadas domésticas já vinham com emprego arranjado. Nesse cenário, era comum que famílias de classes médias e altas “importassem” empregadas de outras regiões, sobretudo do Nordeste. Assim, ao oferecer moradia e alimentação, o emprego doméstico funcionava como uma porta de entrada para a capital, significando em alguns casos uma fase de adaptação à vida urbana e em outros uma profissão para a vida toda (Durham, 1978).

Foi também na década de 1970 que o trabalho doméstico foi reconhecido como profissão. Originalmente excluído da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) de 1943, foi apenas na Lei 5.859 de 1972 que a atividade passou a ser definida e regulamentada (Ipea, 2011). Na década seguinte, com a promulgação da Constituição Federal de 1988, embora pela primeira vez os trabalhadores domésticos garantissem direitos como décimo terceiro, salário mínimo e licença-maternidade, o texto excluía esse grupo profissional dos demais direitos assegurados aos trabalhadores brasileiros, como fundo de garantia, seguro-desemprego e regulamentação da jornada de trabalho.

Com o movimento de ingresso de mulheres de classes médias e altas no mercado de trabalho se intensificando a partir da década de 1970, houve um aumento significativo no número de empregadas domésticas no país. Assim, o contingente de empregados domésticos teve um aumento de mais de 200% entre as décadas de 1970 e 1990 (Bruschini e Lombardi, 2000; Melo, 1998). Nesse cenário, constatava-se a partir de 1990 que a entrada das mulheres de classes médias e altas no mercado de trabalho estava se viabilizando, em parte, graças à transferência dos serviços do lar para as empregadas domésticas. Conforme afirmaram Bruschini e Lombardi, “ironicamente, é no trabalho das empregadas domésticas que as profissionais frequentemente irão se apoiar para poder se dedicar à própria carreira” (Bruschini e Lombardi, 2000, p. 101).

Progressivamente houve certa profissionalização, diferenciando-se das antigas relações construídas numa dimensão pessoal estreita e paternalista (Melo, 1998). Os números recentes relativos aos rendimentos, jornadas de trabalho e registro em carteira, embora ainda sejam indicativos de uma profissão desvalorizada no mercado de trabalho, indicam melhorias (Ipea, 2011). Também no âmbito simbólico, o emprego doméstico perdeu parte de sua imagem negativa, embora essa ainda seja uma de suas marcas, conforme discutirei a seguir.

2. De trabalhadoras pobres a consumidoras: algumas transformações recentes

Os números de empregadas domésticas no Brasil nas últimas décadas permaneceram muito expressivos. Em 1995, 5 milhões de mulheres eram empregadas domésticas, representando 19% da população economicamente ativa feminina, de acordo com dados da Pnad (Melo, 1998). Em 2009, foram contabilizados 7 milhões de empregados domésticos. Desses, 6,7 milhões eram mulheres, representando 17% da população econômica ativa (PEA) feminina (Ipea, 2011), e mais de 60% eram negras

(Dieese, 2011). De maneira geral, essas estatísticas, recentes, ainda convergiam para o imaginário associado à profissão, historicamente “feminilizada” e “racializada”.

Tais dados referentes à primeira década dos anos 2000 indicaram um crescimento constante do setor, tendência que se refletiu nas análises realizadas. O trabalho comparativo de Harris (2007) sobre as relações entre empregados e empregadores no Brasil e nos Estados Unidos, chamou a atenção para o crescimento constante da profissão no Brasil até o período, fenômeno atribuído a uma “falsa modernização” que beneficiava apenas os ricos (Harris, 2007, p. 36). No que se refere aos direitos, essa década trouxe alguns avanços para a categoria. Em 2001, a lei n. 10.208 concedeu aos empregados domésticos a possibilidade de recolher o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) e, assim, usufruir do seguro-desemprego. Porém, como tais direitos eram facultativos, ficando ao critério do empregador, raramente eram exercidos devido aos custos extras para os patrões. Em 2006, com a promulgação da lei n. 11.324, garantiu-se à categoria o direito a férias de 30 dias, estabilidade em caso de gravidez e fim do desconto no salário por fornecimento de alimentação e vestiário.

Já em 2011, pela primeira vez na história nacional, houve uma diminuição no número absoluto de empregados domésticos, havendo uma redução de 1,1 milhão de profissionais, segundo dados da OIT¹⁰. Indicando a mesma tendência, segundo os dados do Censo 2011, o número de empregadas domésticas era 6,160 milhões (versus 6,7 milhões em 2009), o que representava 15,6% da PEA feminina (versus 17% em 2009) (Secretaria de Políticas para as Mulheres, 26/09/2012). A profissão de empregada doméstica deixava assim, pela primeira vez, de ser a maior categoria feminina brasileira, transferindo o primeiro lugar para as comerciárias. Também na região metropolitana de São Paulo, entre 2010 e 2011, houve uma diminuição de cerca de 5% no número total de empregadas domésticas e um aumento de 5,6% na média salarial, passando de R\$ 671 em 2010 para R\$710,00 em 2011; contudo, era ainda o menor salário do mercado de trabalho (Seade, 2012).

Em abril de 2013 foi aprovada a “PEC das Domésticas” (Proposta de Emenda à Constituição 72/2013) que equiparou os direitos dos empregados domésticos aos demais trabalhadores urbanos e rurais, conforme previsto no artigo 7º da Constituição Federal de 1988. A PEC estendeu a todos os trabalhadores domésticos o limite de 44 horas

¹⁰ Dados obtidos em reportagem da revista *Veja* de 19 de out. de 2011, citando fontes da OIT (Carelli, 2011).

semanais e 8 horas diárias, além da obrigatoriedade do pagamento de horas extras, adicional noturno e FGTS. Com a promulgação, a regulamentação de horários passou a valer de imediato, enquanto direitos como pagamento do Fundo de Garantia e assistência para os filhos menores de cinco anos, ainda ficaram dependendo de regulamentação posterior (Jornal do Senado, 02/04/2013).

Embora seja difícil analisar o impacto dessas mudanças, já que são muito recentes, elas refletem a conjuntura socioeconômica do país e indicam possíveis transformações de sua estrutura social. O cenário de redução da miséria, ativação do mercado interno, diminuição do desemprego, entre outros pontos, resultantes do “lulismo”, revelam um contexto mais favorável do que nas décadas anteriores, apesar da lentidão do processo de redução das desigualdades (Singer, 2012). Destaca-se nesse processo o aumento do poder de consumo dos setores de base da pirâmide social e a expansão da chamada “classe C”, mudança que incide na vida das profissionais pesquisadas¹¹.

Fenômeno recentemente explorado nos discursos de pesquisadores de mercado, jornalistas e acadêmicos, o crescimento da “classe C” se insere num contexto de ampliação da mobilidade social que se inicia com o advento do Plano Real em 1994 e se intensifica em meados dos anos 2000. Especialmente entre 2003 e 2009, segundo dados da Pnad, o contingente de famílias com rendimentos entre R\$1.126 e R\$4.854 aumentou cerca de 35%. Segundo a classificação estabelecida por alguns especialistas, este segmento corresponde à classe econômica “C” e em 2010 representava mais de 50% da população brasileira (Neri, 2010).

Apesar do consenso a respeito do incremento da renda e do poder de consumo para parte da população nesse período, a análise desse processo envolve disputas teóricas e políticas sobre a ascensão ou não a uma “nova classe média”. Assim, no estudo de Lamounier e Souza (2009), a população brasileira foi classificada em quatro classes sociais – classe média alta (classe A/B), classe média baixa (classe C), classe trabalhadora (classe D) e classe baixa (classe E) –, as quais expressariam a configuração socioeconômica recente. A partir dessa classificação, orientada pelo potencial de consumo e renda, esses autores reivindicam analiticamente a existência da “nova classe

¹¹ Transformações no estilo de vida dos empregadores também não podem ser descartadas. Possivelmente, a maior utilização de eletrodomésticos para realização das tarefas do lar e de serviços como creches e restaurantes podem incidir nesses dados, ao representar uma menor dependência dos empregados domésticos para a manutenção da vida cotidiana das classes médias.

média”¹². No polo oposto, o trabalho de J. Souza (2010) defende que a classificação por classes econômicas é uma maneira de desmobilizar o debate político do país e “eufemizar” a dominação das classes altas¹³ (2010, p. 324). Para Souza (2010), essa população em ascensão constituiria na realidade uma “nova classe trabalhadora” que, apesar de possuir três características fundamentais para seu crescimento – disciplina, autocontrole e pensamento prospectivo –, contaria ainda com “relativa pequena incorporação dos capitais sociais mais importantes da sociedade moderna, capital econômico e capital cultural – o que explica seu não pertencimento a uma classe média verdadeira” (2010, p. 327). Tomando parte nesse debate, M. Pochmann (2012) também criticou o rumo conceitual que tais mudanças implicaram, posicionando-se contra o uso da expressão nova classe média. Para Pochmann:

Seja pelo nível de rendimento, seja pelo tipo de ocupação, seja pelo perfil e atributos sociais, o grosso da população emergente não se encaixa em critérios sérios e objetivos que possam ser claramente identificados com classe média. Associam-se, assim, às características gerais das classes populares, que, por elevar o rendimento, ampliam imediatamente o padrão de consumo (Pochmann, 2012, p. 10).

Paralelamente ao debate travado em torno dessas mudanças, é inegável o recente interesse do mercado nesse nicho econômico. Até a década de 1990, nas pesquisas de mercado e na área do *marketing*, houve um “histórico desinteresse em investigar os segmentos sociais da base da pirâmide” (Barros, 2007, p. 16). As classes populares, ao não alcançarem um “potencial de consumo” relevante para as expectativas da época, eram vistas como se vivessem na “esfera da sobrevivência” (Barros, 2007). A reorientação de boa parte das pesquisas para as classes “CDE” ocorreu inicialmente após o advento do Plano Real em 1994. Para Barros, esse movimento se intensificou progressivamente e em 2005 já era possível encontrar diversas pesquisas sobre o comportamento de consumo desses segmentos em revistas e em eventos acadêmicos especializados. Nesse novo contexto, embora classificações socioeconômicas como o

¹² De acordo com os autores: “Impulsionados pelo aumento do emprego e da renda, em condições de inflação baixa e de crédito farto, milhões de brasileiros puderam aumentar nos últimos anos o seu poder de compra e começaram a adquirir casa própria e automóvel – símbolos mais vistosos de ingresso na classe média –, além de uma vasta gama de bens de consumo” (Lamounier e Souza, 2009, p. 2).

¹³ Dialogando com esses autores, Jesse de Souza adotou um tom irônico para rebater aqueles argumentos: “Dizer que os “emergentes” são a “nova classe média” é uma forma de dizer, na verdade, que o Brasil finalmente está se tornando uma Alemanha, uma França ou uns Estados Unidos, onde as “classes médias”, e não os pobres [...] formam o fundamento da estrutura social.” (Souza, J, 2010, p. 20).

Crterio Brasil (cuja primeira verso da dcada de 1970) ainda sejam utilizadas, as chamadas “etnografias” de consumo ganharam espao, trazendo um conhecimento renovado sobre os hbitos de consumo desses segmentos. Assim, o contingente de empregadas e empregados domsticos, antes mais restritos ao reduto dos “trabalhadores pobres urbanos”, tambm foram promovidos ao status genrico de “consumidores da classe C”.

Tambm na mdia, especialmente na imprensa, essas transformaes resultaram em pautas para centenas de reportagens. Tomando como referncia o jornal *Folha de So Paulo*, durante o ano de 2011, ao menos onze reportagens noticiaram transformaes nos aspectos sociais e jurdicos do emprego domstico no Brasil. Esse corpo de notcias discutiu temas como a diminuio da oferta de trabalhadoras domsticas, a imigrao de trabalhadoras latinas para ocupar a demanda nacional, o aumento de escolaridade e de idade dessas profissionais e a ampliao de direitos diante das reivindicaes da Organizao Internacional do Trabalho (OIT), entre outras questes. J em 2012, na revista de domingo desse jornal (Genestreti, 05/02/2012), em reportagem de capa, noticiava-se um conflito latente e difuso na sociedade paulistana entre empregadas domsticas e patroas. De um lado, as trabalhadoras denunciavam o tratamento discriminador ainda presente em muitas casas; do outro, patroas reclamavam de trabalhadoras irresponsveis e descompromissadas. Assim como em outras reportagens, tais conflitos foram atribudos “ascenso da classe C” e ao “aumento de escolaridade” de muitas empregadas domsticas. Independente da simplificao dessas argumentaes, tais reportagens chamaram a ateno para as novas representaes da profisso de ambos os lados da relao trabalhista.

De modo geral, embora o debate na mdia indique a relevncia dessas transformaes, algumas reportagens tambm descortinaram o medo da elite em perder seus serviais. Reportagens como “Achar domstica vira desafio e famlias tm que mudar hbitos” (*Folha de S. Paulo*, 06/02/2011) e “Casal com beb luta para adaptar a vida falta de empregada” (*Folha de S. Paulo*, 14/07/2011), entre outras, discutiram a dificuldade das classes mdias e altas paulistanas em encontrar, como nos velhos tempos, “boas” empregadas por baixos salrios. Na revista *Veja So Paulo*, a reportagem de mesma temtica intitulada “Domsticas passam a apitar as regras do jogo” adotou um tom nitidamente classista ao publicar, nostalgicamente, o subttulo: “Foi-se o tempo em que elas tinham de disputar vagas de trabalho. Hoje, so as patroas que encaram filas de espera” (Nogueira, 2011). Entre as explicaes oferecidas pela

publicação, novamente foi atribuído ao processo recente de maior mobilidade social no Brasil: “A classe C, que antes era empregada, agora quer contratar”, explicavam no texto.

Apesar das transformações recentes relativas ao emprego doméstico serem visíveis, inclusive estatisticamente, é necessário lembrar que esse medo da elite brasileira de “ficar sem empregada” é antigo, manifestando-se década após década. Em pesquisa de doutoramento concluída em 1991, num cenário socioeconômico bastante diverso, Suely Kofes (2001) já identificava esse temor, o identificando em jornais desde 1975 (2001, p. 239). Em sua própria pesquisa, após ouvir das patroas pesquisadas diversas frases como “empregada, hoje, é artigo de luxo”, Kofes comentou:

Frases como essa indicam ainda uma “crise” que inquieta as patroas. Haveria menos oferta de mão-de-obra no mercado porque as empregadas preferem trabalhar em fábricas e porque essa força de trabalho estaria adquirindo outro valor: em vez de roupas usadas, seria preciso acrescentar um bom salário; às sobras de comida, a folga semanal, as férias, o período de trabalho definido e, muitas vezes, uma faxineira para o trabalho mais pesado. Entretanto, essa “crise” de que falam as patroas não pode ser entendida apenas em termos de “falta de empregadas”, mas sim que diminui o número de empregadas que aceitam o modelo tradicional de relação, como por exemplo, a disponibilidade total de seu tempo por um salário simbólico (Kofes, 2001, p. 169).

Ou seja, para além de uma possível falta de empregadas – que, na verdade, não existia, já que o número de domésticas aumentou no período –, a “crise” decorria de desajustes entre as expectativas das mulheres que ofereciam e contratavam esses serviços. Assim, ao invés de uma “falta de mão de obra” real, tratava-se da ausência da empregada idealizada pelos extratos sociais dominantes (Kofes, 2001). Nessa direção, as explicações de Kofes para a “crise da empregada doméstica” no início dos anos 1990 também são úteis para refletirmos sobre a “crise” atual, conforme noticiada pelos meios de comunicação. Afinal, o emprego doméstico ainda é uma das mais importantes alternativas de trabalho para as mulheres de classes populares brasileiras (Velho, 2012).

3. Dilemas em campo: discursos e práticas sobre o trabalho como empregada doméstica

Assim como podemos detectar dois polos nos discursos veiculados recentemente pela imprensa sobre o emprego doméstico, também nas falas das trabalhadoras por mim pesquisadas questões relacionadas à identidade profissional se sobrepõem, muitas vezes de maneira contraditória.

Durante toda a pesquisa de campo me deparei com uma visão ambígua da profissão. Embora algumas mulheres tendam a enfatizar os aspectos negativos e outras os positivos, quase todas sentem que ser empregada doméstica não resultou da escolha de uma carreira, de uma vocação, relacionada a uma habilidade pessoal – como ocorre em profissões exercidas nas classes médias e altas¹⁴. Ainda assim, é recorrente a sensação de que se trata de uma profissão “*digna*”, “*honesta*” que garante o sustento da família, significando em muitos casos certa ascensão social em relação a um passado mais difícil, no meio rural ou mesmo urbano. A comparação de duas trajetórias profissionais semelhantes – das empregadas domésticas Lurdes e Janaína – permite aprofundar essa análise.

Lurdes nasceu no norte de Minas Gerais, em zona rural. Aos 16 anos migrou de sua cidade natal para Belo Horizonte, onde começou a trabalhar como empregada doméstica. Quando completou 18 anos viajou para São Paulo em busca de melhores oportunidades de trabalho, mas só conseguiu emprego como “*doméstica*”, profissão que exerce até hoje. Declarando-se “*morena*”, na faixa dos 50 anos, em 2011 Lurdes trabalhava havia mais de 10 anos executando os serviços gerais – cozinha, roupas e faxina – em uma mesma casa na cidade de São Paulo. Registrada em carteira com um salário mínimo, o seu salário real era de R\$1.000,00.

Quando, em nosso primeiro encontro na lavanderia da casa em que trabalhava, lhe perguntei sobre sua profissão, Lurdes respondeu com o semblante duro, triste: “*na verdade, eu penso que emprego de doméstica é só mesmo em último caso. Se eu tivesse estudo, eu saía hoje mesmo*”, referindo-se ao fato de não ter concluído o ensino fundamental. Posteriormente, afirmou que gostava de seus patrões, especialmente da patroa que era “*como uma mãe*” para ela. Lurdes revelava vivenciar no seu emprego

¹⁴ Bourdieu já havia apontado essa diferença entre as concepções de trabalho para as mulheres operárias e burguesas, na sociedade francesa: “[...] é porque o trabalho ao qual se referem tacitamente as mulheres da classe operária é o único ao seu alcance, ou seja, um trabalho braçal penoso e mal remunerado, que nada tem de comum com o que a palavra “trabalho” evoca para as mulheres da burguesia”. Para estas últimas, ao contrário, o trabalho seria uma “escolha” (Bourdieu, 2007, p.169).

uma situação típica, que Jurema Brites (2007) designou como “ambiguidade afetiva”: apesar de haver afeto e cumplicidade nessas relações, essa atividade profissional é permeada por uma forte hierarquia, levando a empregada doméstica a ser constantemente “posta em seu lugar” pela família empregadora (Brites, 2007).

De fato, ao observar um pouco sua rotina laboral, diversos sinais de hierarquia se impunham entre ela e os patrões, a começar pelos rituais relacionados à alimentação. Lurdes nunca comia nada – e pelo que contou, nunca comeu –, diante de seus empregadores. Almoços e lanches eram sempre sozinha na lavanderia ou no quarto de empregada, localizado no corredor externo da casa. Disso depreende-se que Lurdes nunca se sentou à mesa com seus patrões. De modo similar, a sala de estar, os quartos, o jardim, eram locais onde ela só entreva para limpar, nunca havendo estado ali para conversar ou assistir à televisão. Entretanto, era muito presenteada pelos patrões, já havendo ganhado em ocasiões de aniversário ou Natal diversos eletrodomésticos como micro-ondas, liquidificador e máquina de lavar. Também recebeu ajuda financeira para reformar a sua casa, construindo dois novos cômodos e um banheiro.

De todo modo, Lurdes era notadamente uma pessoa triste. Acredito que seu descontentamento relacionava-se também a sua vida fora do trabalho. Casada há mais de vinte anos, afirmou que o marido era “*um homem bom*” mas bebia muito. Os filhos concluíram o ensino médio mas estavam tendo dificuldades para conseguir um emprego estável. Morando na extrema zona sul de São Paulo, em casa própria, ela tinha como principal distração assistir à televisão ou ouvir a Rádio Capital AM. Lurdes nunca fora ao cinema ou ao teatro, raras vezes a restaurantes. Pouco vaidosa, afirmava raramente comprar roupa ou acessórios, o que era feito nos grandes magazines populares. Por um motivo ou por outro, para ela a sensação de cansaço não desaparecia nunca. Certa vez afirmou que dava “*até vontade de desistir*”. Lurdes revelava assim uma realidade difícil, que lhe parecia opressiva e não apresentava saídas visíveis.

Nascida em zona rural, em município do nordeste da Bahia, Janaína na infância e na adolescência trabalhou na roça, em plantações de sisal e em casas de família, tanto no interior do estado como em Salvador. Ela tinha em torno de 20 anos de idade quando se mudou para São Paulo. Em 2010, então com 43 anos, declarando-se “*morena*”, realizava um serviço bastante puxado, dormindo no trabalho de segunda a sexta-feira em um “*quartinho*” localizado na garagem da residência, na zona oeste. Ainda assim,

expressava uma visão mais otimista de sua vida profissional e pessoal. Quando questionada se gostava da profissão de doméstica, respondeu eloquente:

Eu gosto. Eu adoro! Faço tudo com prazer. Porque às vezes eu chego lá e tá tudo tão bagunçado, mas eu tenho tanta prática que arrumo num minuto. E também eu não tenho o que escolher. Às vezes eu falo pras meninas [amigas] que fazem tudo xingando... eu não, eu faço com prazer. Porque eu, graças a Deus, tenho tudo. E consegui trabalhando em casa de família. Sempre usei do bom e do melhor, calçado do bom, roupa. Não nego pra ninguém e não tenho do que reclamar. Eu adoro o meu emprego, a minha profissão.

Apesar de enfatizar a impossibilidade da escolha profissional, Janaína se dizia otimista com sua situação social, acreditando que a experiência de migração, de maneira geral, teria sido bem sucedida por ter resultado em melhorias reais – moradia, consumo, saúde – em sua vida. Reproduzindo a reflexão feita por sua filha, relatou:

Porque ela fala assim, “minha mãe, quando você veio de lá, nem dente na boca você tinha!”. Ela fala “quanto tempo você trabalhou em Salvador? Por acaso o seu dinheiro deu pra você ir no dentista?” Não deu. Ela fala assim: “você conseguiu o que você conseguiu foi aqui”. E ela tem razão.

O depoimento de Janaína revela como, ao menos naquele momento, ela parecia mais satisfeita. Como enfatizou, ela possuía trabalho registrado em carteira, alguns bens de consumo – celulares, roupas, sapatos, perfumes –, possibilidade de sair do serviço para resolver problemas pessoais, acesso a um sistema de saúde melhor do que o encontrado na Bahia, aspectos que para ela eram indicativos de uma boa vida. Tal visão aproxima-se da percepção de Barros (2007) sobre uma “cultura de pertencimento”, permitindo que as empregadas domésticas se sintam “inseridas no sistema”. Assim, ainda que para Janaína o emprego doméstico tampouco tenha sido uma *escolha*, diante de sua baixa escolaridade (quando criança estudou até a primeira série, depois, já em São Paulo, fez um curso de alfabetização para adultos) e da falta de experiência em outras áreas profissionais, ela acreditava que “*não tinha do que reclamar*”.

De maneira geral, a vida pessoal de Janaína contribuía para seu bom humor. Com os filhos já crescidos, e divorciada do marido que lhe trouxe “*muita dor de cabeça*”, ela tornou-se uma mulher independente, rodeada de amigos e familiares que

vivem na mesma “*comunidade*” – favela na zona oeste da cidade –, agitando sua vida social. Aliás, ela afirmava “*adorar*” o bairro onde morava, sobretudo por este não estar muito afastado da região central da cidade, por ter fácil acesso ao transporte público e, especialmente, por estar a poucas quadras de um shopping Center (Shopping Raposo), um dos seus locais prediletos de lazer. Ali ela via vitrines, eventualmente comprava roupas para ela ou para os familiares em magazines como Marisa, Renner ou C&A e almoçava aos finais de semana em lanchonetes das redes McDonalds ou Giraffas.

Comparando as trajetórias dessas duas mulheres, diversos aspectos comuns se evidenciam: o passado em zona rural, a experiência da migração para a zona urbana, o trabalho infantil em casas de família, a baixa escolaridade, a cor (ambas se autodeclararam “morenas”), a moradia na periferia da cidade, mais especificamente em favelas, o emprego doméstico. Também quando comparadas do ponto de vista da “renda familiar” – critério mais utilizado para definir as classes econômicas – ambas fariam parte da “classe C” e usufruíam das “conquistas” atribuídas a esse segmento: a posse de bens de consumo (eletrodomésticos, computador em casa para os filhos, celulares) e o orgulho de ver os filhos cursando faculdade – uma filha de Janaína cursava faculdade de estética e beleza e um filho de Lurdes cursava administração, ambos em universidades particulares.

Já em termos de autorrepresentação e autoestima, as duas trabalhadoras diferiam muito. Para além do trabalho, certamente as circunstâncias da vida afetiva e familiar devem ser consideradas: enquanto Janaína conseguiu se libertar de um casamento que lhe fazia mal, Lurdes se sentia presa a uma vida familiar difícil, de certo modo opressiva. Ambas também diferiam em relação à autorrepresentação do *status* do trabalho como empregada doméstica: apesar de para nenhuma delas a profissão ter sido uma escolha, para Lurdes “ser doméstica” parecia ser algo quase humilhante e insuportável. Já para Janaína a sua era uma profissão como qualquer outra, que lhe permitia viver na cidade e consumir com planejamento financeiro a maioria dos itens que desejasse, situação bem mais favorável do que a vivida no passado em zona rural no nordeste do país.

Nesse contexto, ainda que o que Bourdieu denominou como “gosto de necessidade”¹⁵ tenha que ser levado em conta, tais divergências são significativas,

¹⁵ Segundo Bourdieu, entre as classes populares: “a necessidade impõe um gosto de necessidade que implica uma forma de adaptação à necessidade” (2007, p. 350).

indicando perspectivas heterogêneas dentro do grupo analisado. Essa ambiguidade na profissão inclusive já fora mencionada em outras pesquisas sobre trabalho doméstico remunerado, como na de Maria Elisa Brandt (2003), também sobre um grupo de empregadas domésticas na cidade de São Paulo. Apesar de identificar melhorias nas condições socioeconômicas e de trabalho em relação às décadas de 1970 e 1980, Brandt concluiu que:

[...] mais do que apontar diferentes opiniões e atitudes individuais, o achado mais importante da análise das entrevistas foi verificar a ambiguidade presente à maioria dos discursos. Por um lado, em vários momentos fica evidente que valorizam o bom salário que têm em comparação com parentes e conhecidas, e que valorizam componentes de realização presentes no cotidiano de sua relação de emprego. Por outro, descrevem atitudes e sentimentos que denotam a vergonha em ser doméstica, o estigma enraizado (Brandt, 2003, p. 135).

A interpretação dessas “ambiguidades” e contradições entre a valorização e a desvalorização da profissão de empregada doméstica, relacionados a uma maior ou menor satisfação em relação à vida pessoal, envolve também outro ponto importante, relativo à compreensão do “valor” do emprego doméstico na hierarquia de profissões, conforme discutirei a seguir.

3.1 Mercado de trabalho e o *valor* do emprego doméstico

No trabalho citado, Brandt (2003) discutiu a questão do “valor social do emprego doméstico” a partir de duas variáveis: se ele seria “intrinsecamente degradante” ou se seria desvalorizado porque realizado por pessoas “inferiorizadas” na sociedade (mulheres, migrantes, negros, pobres) (2003, p.3). Embora a autora se posicione a favor da segunda alternativa, acredito que ambas devem ser pensadas conjuntamente, já que é difícil dissociá-las nas representações e discursos acerca dessa atividade.

Em relação à *natureza da atividade doméstica*, diversas questões devem ser levadas em conta. Em primeiro lugar, conforme a hipótese marxista defendida por Saffioti na década de 1970, o emprego doméstico seria uma atividade que não cria *mais valia*. Para além da discussão sobre se a profissão constituía, ou não, um exército de reserva do sistema capitalista brasileiro em formação (Saffioti, 1978), é importante

destacar desse debate como as atividades que não são imediatamente produtivas tendem a ser desvalorizadas nas sociedades capitalistas. Ainda que sob perspectiva teórica bastante diversa, a análise de McClintock (2010) é elucidativa sobre esse ponto. Tomando como referência a Inglaterra Vitoriana, ao contrário dos discursos oficiais, a autora defendeu que o trabalho doméstico realizado por criadas nessa sociedade possuía um estratégico valor social e econômico. Afinal, seria por meio dele que a classe burguesa em formação construiria contrastivamente sua identidade de classe e de gênero: os homens, especialistas da produção, e as mulheres, ociosas e prendadas.

Outra questão importante relativa à “natureza” do emprego doméstico refere-se às atividades executadas e às suas representações. Ao ser responsável pela organização física de uma casa, uma empregada doméstica mensalista por exemplo – casos de Lurdes e Janaína –, fica incumbida de atividades como lavar, passar, cozinhar, limpar. Essas atividades estariam intrinsecamente ligadas, conforme nos lembra Mary Douglas (1976), às dimensões especialmente perigosas na sociedade ocidental, ligadas à sujeira e à poluição. Assim, lavar roupa suja, desgordurar panelas e limpar latrinas são, em geral, consideradas atividades aviltantes. Quando esse trabalho é realizado para outros indivíduos, e não em benefício próprio, seus aspectos negativos tendem a ser acentuados.

Há todo um imaginário sobre isso que, sobretudo na esfera da ficção, é frequentemente mobilizado. No universo das fábulas, Cinderela é a mocinha transformada em serviçal pelos parentes exploradores; obrigá-la a realizar todo o trabalho doméstico é uma das principais formas de humilhação a que é submetida. Num exemplo recente, na telenovela *Avenida Brasil* (Globo, 2012, 21h) a protagonista Nina, no esforço de vingança de sua madrasta Carminha, inverteu os papéis de patroa *versus* empregada e ordenou que a vilã limpasse ajoelhada a privada que ela utilizara. Em ambos os exemplos, parece-me que é o caráter degradante das atividades domésticas que estão envolvidos na construção dessas imagens.

Porém, retomando o argumento de Mary Douglas (1976), vale lembrar que nas coisas e relações consideradas sujas ou poluentes os aspectos sociais e simbólicos estão indissociavelmente envolvidos. Nesse sentido, a desvalorização social e histórica das *atividades domésticas* em si, e a desvalorização das *profissionais* que comumente a executam, sobretudo por ser uma profissão “feminilizada” e “racializada”, sobrepõem-se. Assim, ao localizar as empregadas domésticas numa hierarquia de profissionais, é comum essas trabalhadoras ocuparem os lugares mais baixos (Brandt, 2003; Bruschini e

Lombardi, 2000). Por exemplo, em uma das classificações correntes sobre os estratos ocupacionais brasileiros, ordenada em seis grandes grupos, os empregados domésticos foram alocados juntamente com os vendedores ambulantes na categoria “baixo-superior”, acima apenas da categoria “baixo inferior”, formada por trabalhadores rurais (Lamounier e Souza, 2009, p.164).

A ambiguidade presente nos discursos das empregadas domésticas acerca de sua atividade profissional relaciona-se também com as condições do mercado de trabalho no qual estão inseridas, no qual há bastante mobilidade horizontal, mas ainda pouca mobilidade vertical. Exemplo disso é que na pesquisa de campo que realizei, embora das 28 mulheres entrevistadas 24 estivessem empregadas em “casas de família”, quase todas já haviam se dedicado a outras experiências profissionais. Listei as seguintes atividades: caixa de supermercado, garçonne, balconista, manicure, depiladora, lavradora, agricultora em plantação de sisal, auxiliar de limpeza em firma, auxiliar de limpeza em escritório, faxineira de escola, faxineira de hospital, operária em metalúrgica, operária em fábrica de chocolates e operária em fábrica de castanhas.

A experiência de trabalho dessas mulheres ultrapassa, portanto, o âmbito do emprego doméstico, remetendo-as a um leque de possibilidades, em geral de baixa remuneração, no qual transitam em diversos momentos da vida e que, apenas em raros casos, resulta em uma ascensão social mais efetiva. Conforme a análise de Pochmann (2012), haveria um amplo mercado de trabalho localizado na base da pirâmide social brasileira. Assim, embora a escolaridade seja um fator relevante para a qualificação dessas mulheres, o ensino médio completo muitas vezes ainda não é suficiente para ascender.

Retornando às duas trajetórias analisadas, se tais aspectos negativos contribuem para a baixa autoestima de Lurdes, já Janaína procura inverter a questão ao valorizar o fato de ter um trabalho que lhe permite viver e *consumir* na capital paulista, liberando-se do passado em que realizara atividades ainda mais desgastantes, como a de boia-fria em plantações de sisal. A comparação com outras colegas que não são domésticas, a maioria funcionárias de firmas de limpeza, contribui para a manutenção do seu bom *status* entre seu círculo de sociabilidade.

A experiência da empregada doméstica Ana traz outros elementos para essa discussão acerca dos dilemas profissionais relacionados ao *valor* do emprego doméstico. Ana trabalhava no momento da pesquisa em dois apartamentos no mesmo

edifício, recebendo um salário maior do que a média na profissão (cerca de R\$1.800). Mora em região identificada como favela, em Diadema, numa casa confortável, de três andares. Para além da rotina laboral puxada, em 2011 Ana estudava enfermagem. Constituía assim a típica imagem da mulher da “nova classe C” recentemente explorada pela imprensa: casada, um único filho, possuía alguns bens de consumo modernos, um carro zero e sonhava em ascender socialmente e trocar de profissão por meio dos estudos.

Quando encontrei novamente Ana em março de 2012, ela enfrentava um dilema profissional. Sempre que questionada sobre seu trabalho, buscava enfatizar que gostava de ser empregada doméstica, que recebia um bom salário e que mantinha boa relação com todos os patrões. Dos “*patrões da cobertura*” inclusive ganhava diversos presentes caros, novos ou usados. O problema era, segundo Ana, o preconceito:

Outra colega minha [do curso técnico em enfermagem] esses dias tava falando que tava com a mão inchada, reclamando que era de limpar a casa dela. Aí eu disse que eu limpava a casa dos patrões e depois a minha. E ela disse: “ai, não sei como você aguenta, eu é que não prestava pra limpar banheiro dos outros, é uma humilhação”. Eu falei: “humilhação é você roubar, ser presa e ficar pedindo pra parente ir te levar coisas. Isso é que é humilhação. A minha mão também tá com calo, mas eu pelo menos tenho comida, tenho minha casa, tenho saúde, tenho até um carrinho zero agora!” Isso o que interessa, não é? E ela falando, sabe assim te rebaixando? Parece que tem gente que gosta de pisar, né? E eu falei: “se eu não trabalhasse bem, eu não tava empregada, registrada. Na outra casa ela me paga 100 por dia, e a outra paga o mês, e você?”.

Ao referir-se com desprezo ao “banheiro dos outros”, a colega de Ana escancarava alguns dos problemas associados à “natureza” da atividade enfrentada por uma empregada doméstica, conforme discutido acima. Ana combatia tal argumento realçando a sua valorização enquanto *profissional*, naquele momento melhor remunerada do que a amiga que a havia questionado.

Ana me confidenciou ainda que, na verdade, vivia um grande dilema. Questionada pela decisão de estudar enfermagem, afirmava que gostava muito de “*ajudar os outros*” e ser auxiliar de enfermagem era, afinal, uma profissão “*mais bonita*”. Porém, ao procurar trabalho em hospitais ou em *homecare*, percebeu que para se introduzir na carreira, ganharia menos do que recebia como empregada doméstica. E

a “natureza” dessa atividade também era problemática. Em entrevista, recordando outro diálogo com uma colega do curso, Ana contou:

Mas você tava falando de preconceito, né? Até na área de saúde tem. Você acredita que semana passada eu tava perguntando pras colegas que já tão trabalhando, o salário, como é que funciona... Ai uma colega falou que trabalhava de homecare. Aí a outra falou: “Deus me livre limpar bunda de velho!” Você acredita? Porque eu penso assim, essa aérea você não pode escolher. Ai eu peguei e falei: “nossa, tudo vocês tem preconceito”. E essa falou assim: “Eu vou me humilhar? Vou estudar tanto pra me humilhar? Eu não vou limpar bunda de velho”. Só que o professor ouviu e falou “minha filha, o que é que você está fazendo aqui? Se você tá trabalhando num hospital grande você acha que a enfermeira vai perguntar qual o paciente você vai pegar? Você pode trabalhar no [hospital Albert] Einstein, minha filha, mas se tiver qualquer paciente lá, você pode estar ganhando 5 mil reais, mas você vai ter que limpar”. A professora deu-lhe um [saculejo]... Tá na aérea pra que?

Essa reflexão revela alguns dos dilemas vividos por Ana: trabalhando como empregada doméstica ela tinha melhor remuneração do que uma auxiliar de enfermagem em início de carreira. A necessidade de lidar com a sujeira, com “fluídos poluentes”, nos termos de Mary Douglas (1976) existia nas duas profissões. Porém, lhe parecia mais bonito andar de branco e contar para os outros que trabalharia na área da saúde, do que revelar que era empregada doméstica, profissão historicamente associada às desigualdades e assimetrias de gênero, cor e classe.

3.2 Diferenças e desigualdade: gênero, cor e classe no emprego doméstico

As experiências e dúvidas vivenciadas por Ana indicam o modo pelo qual marcadores sociais como gênero, cor e classe se misturam no emprego doméstico. Conforme discutido acima, a história do emprego doméstico no Brasil traz consigo diversos estigmas e desigualdades, os quais demandam um enorme esforço de superação para a construção de uma identidade positiva em relação a essa atividade profissional.

Em relação às assimetrias de gênero, convém lembrar que o espaço doméstico – local onde a profissão é realizada – reúne uma série de atividades associadas ao feminino: cuidados com a casa, alimentação, filhos, etc. Conforme destacou Kofes (2001), o espaço doméstico ainda hoje é definido como feminino e é definidor de

feminilidade. No entanto, a relação entre empregadas domésticas (em geral, mulheres) e patroas (em geral, também mulheres), para além de uma possível identidade de gênero, cria um corte entre dois grupos: de um lado as categorias mãe, esposa, *dona* de casa; de outro as categorias babá, pajem, empregada, cozinheira (2001, p. 35). Segundo Kofes, é justamente a “combinação entre uma identidade” (de gênero) e uma “oposição” (de classe) o que torna possível o trabalho assalariado da empregada doméstica na casa da patroa e a ambígua relação entre elas (Kofes, 2001, p. 43).

Em conversas durante a pesquisa de campo, de fato, pude perceber a força da associação entre emprego doméstico e feminilidade. Ainda que muitos maridos, namorados e filhos do sexo masculino ajudem nas atividades domésticas na casa das trabalhadoras, quase todas as atividades do trabalho doméstico remunerado tendem a ser vistas como femininas. Assim, ações como cozinhar, fazer faxina, lavar e passar roupas ou cuidar de crianças e idosos são consideradas femininas. Já atividades mais “pesadas” ou associadas às áreas externas – jardinagem, reformas, limpeza pesada – seriam mais condizentes ao masculino. E tais atividades, ainda que também sejam socialmente desvalorizadas, costumam ser melhor remuneradas do que aquelas “femininas”.

Em campo, a babá Adecina, por exemplo, contou certa vez que tinha um colega – ela enfatizou, *“homem mesmo, não era gay, não”* – que trabalhava como diarista. Segundo ela, ele era excelente na profissão e após uma resistência inicial das patroas, acabava tornando-se querido. No entanto, no que se refere ao cuidado com crianças – especialização de Adecina – lhe parecia impossível um homem ser aceito na profissão. Ainda que em teoria si isso seja possível – *“se um homem pode ser pai, porque não pode ser babá?”* – na prática lhe parecia estranho e muito improvável. Ainda que não existam estatísticas específicas sobre o sexo/gênero das babás, o número de homens nesta atividade parece ser ínfimo.

Nessa conversa, Adecina relatou amar a sua profissão, acreditando ser um verdadeiro *“dom divino”* o talento que ela possuía para cuidar de crianças. De religião adventista, autoclassificada como “branca”, na faixa dos 50 anos, Adecina trabalhava para uma família de classe alta, na zona sul da cidade, e em 2011 recebia um salário de R\$1.800,00 para cuidar das duas crianças e dormir no serviço de segunda a sexta-feira. No entanto, embora estivesse bastante satisfeita com o serviço e com a relação afetuosa com as crianças, contou que praticamente não existia conversa entre ela e os patrões. Definidos pela empregada como *“executivos”*, *“orientais”* e *“ricos”*, a relação era estritamente profissional: pagavam em dia, eram corretos com os direitos trabalhistas,

eram respeitosos, mas “*não se misturavam*”. Assim, para Adecina, esse distanciamento era lido como decorrente da desigualdade social, conforme Kofes (2001) chamara a atenção.

Também critérios raciais podem sobrepor-se à desigualdade social no emprego doméstico, ampliando o distanciamento entre empregados(as) e patrões. Para ilustrar como podem se tornar um critério relevante no espaço doméstico, cito um caso ocorrido com um casal de amigos durante a realização desta pesquisa: ao tentarem contratar uma babá em uma agência de empregos domésticos na cidade de São Paulo, a atendente pediu-lhes que indicassem quais as preferências que tinham em relação à cor da nova empregada, exigência que os indignou. Mas essa pergunta pelas “preferências raciais” dos empregadores não se refere somente a uma possível maior valorização das mulheres brancas nessa atividade. Ao contrário, alguns patrões preferem empregadas negras ou mulatas por acreditarem que essas cozinham melhor, cuidam melhor de crianças, etc.

Tais associações se relacionam com as estatísticas referentes ao emprego doméstico, as quais, conforme já indicado acima, sempre apontaram para uma maioria negra nessa atividade. Ao analisar os dados estatísticos em perspectiva histórica, Pochmann (2012, p. 64) observou como o número de trabalhadores não brancos no emprego doméstico tem aumentado. Assim, enquanto em 1989 quase 49% dos ocupados eram brancos, segundo dados da Pnad/IBGE, em 2009 essa parcela reduziu-se para menos de 38%. Embora em minha pesquisa de campo as mulheres pesquisadas não revelaram nenhum episódio específico de discriminação racial no serviço, tanto na bibliografia sobre o tema como nas representações associadas ao emprego doméstico essa forma de violência frequentemente vem à tona (Freitas, 2010).

Nesse contexto, a reflexão sobre as diferenças e desigualdades presentes no emprego doméstico indica a necessidade de pensarmos nessas categorias sociais de maneira relacional (McClintock, 2010). No entanto, se o emprego doméstico constitui-se como um possível *lócus* de desigualdades, isso não quer dizer que nessas relações também não haja lugar para afinidades, negociações e resistências (Kofes, 2001). Nesse sentido, as práticas e “táticas” de consumo são bastante elucidativas, conforme discutirei a seguir.

4. “Pobre” ou “chique”? A centralidade do consumo no cotidiano

Na pesquisa de campo entre as empregadas domésticas que trabalham em São Paulo, assim como provavelmente em qualquer outro grupo profissional dessa

metrópole, a questão do consumo se mostrou altamente relevante, demonstrando funcionar como um importante “sistema de informações”, conforme definiram Douglas e Isherwood (2004). O que consumir, como, quando, onde, de qual marca. Seja pela adesão ao consumo de bens mais caros e valorizados via parcelamento, seja pela recusa dos supérfluos em função de uma afirmação identitária como “*pobre*”, essas questões permeiam grande parte das ações e decisões no cotidiano.

Mas nesse âmbito, diferente de outros grupos profissionais, as empregadas domésticas apresentam uma especificidade em função da convivência com patroas e patrões de níveis econômicos mais altos. Trata-se da transferência de bens materiais, novos e usados, das patroas e patrões para as empregadas domésticas, além de uma circularidade de bens doados por patrões entre tais trabalhadoras e seus círculos de relação. Outro ponto importante refere-se a incorporação, por parte das trabalhadoras domésticas, de padrões de gosto de seus empregadores. Conforme sintetizou a empregada doméstica Marlucia, um dos maiores problemas de se trabalhar em “*casa de família*” é “*se acostumar com o que é bom*”. Nessa conversa, confidenciou-me que às vezes, quando retornava ao trabalho na segunda-feira, sentia até certo alívio por voltar àquela “*cozinha chique*”, ampla, bem decorada e equipada. Para Marlucia, “*faz bem*” frequentar essas ambientes, se não a pessoa pode acabar acostumando com a “*vida de pobre*”, achando que aquilo é normal.

Essa importante influência na esfera do consumo entre empregadas domésticas e patroas já foi analisada por outras autoras. Esse foi, inclusive, um dos primeiros pontos que chamou a atenção de Kofes (2001), relatando como as empregadas domésticas com quem conversava constantemente se referiam ao estilo de vida e ao consumo das famílias para quem trabalhavam (2001, p. 52). Já Barros (2007) dedicou uma tese à temática. Ao analisar como o consumo pode ser influenciado pela relação entre patroas e empregadas, constatou que havia circulação e troca em relação a hábitos alimentares, cuidados com a casa e produtos de limpeza. Porém, nesta relação permeada simultaneamente pelo fascínio e pela desconfiança, a influência em matéria de produtos de beleza e bens culturais, por exemplo, tendia a ser unilateral, circulando da patroa para a empregada. (2007, pp. 187-96). Tais conclusões alinham-se com as que foram alcançadas por Liliane Souza (2010) em pesquisa entre empregadas domésticas em Aracajú (SE): no que se refere aos hábitos de consumo, haveria uma troca intensa entre empregadas e patroas, fato que não torna essa relação isenta de assimetrias e hierarquias diversas. O trabalho de Maria Claudia Coelho (2006) sobre troca de presentes, também

aponta para algumas especificidades dessa relação trabalhista: ao invés de uma troca simétrica tal qual estabelecida na lógica da dádiva, a relação cumpre, em geral, outra ordem, em que a oferta de presentes da patroa para a empregada deve ser retribuída com “o sentimento de gratidão”, e não com presentes de mesmo valor financeiro.

Em minha pesquisa, Marlucia era umas das mulheres mais atentas às tendências e novidades da “sociedade de consumo” e, de fato, fazia referências constantes ao estilo de vida de seus patrões. Influenciada pelas filhas jovens da ex-patroa e pela antiga colega de serviço, aprendeu recentemente a usar o computador e ingressou na rede social *Facebook*, fato marcante para ela. De modo geral, procurava vestir-se bem, de maneira moderna e jovem, com muitos acessórios, maquiagem e tatuagens de estrelas nos ombros. Gostava de “se arrumar” e procurava demonstrar “elegância” e “atitude” (Bergamo, 2004), a ponto de ser confundida com uma possível “patroa” nos ires e vires da cidade, conforme relatou certa vez. Entretanto, como a fala acima evidencia, não se conformava com a sua “*vida de pobre*” e sonhava possuir uma casa melhor, sair da favela, ser mais “*chique*”, receber uma renda superior e ter uma profissão (e até um marido) de maior prestígio. Marlucia construía assim sua própria identidade enquanto uma mulher moderna, “descolada” e *consumidora*, fazendo o possível para se livrar do estigma de *trabalhadora pobre*. Espelhando-se nas patroas, Marlucia afastava-se do “gosto simples e modesto” (Bourdieu, 2007, p. 355) comumente associado ao universo popular.

Essa maior adesão à “estética dominante” e ao mundo do consumo, entretanto, não pode ser generalizada. A entrevista que realizei com a empregada doméstica Maria Clara – vizinha de Marlucia –, em 2010, chamou minha atenção pelo contraste entre ambas. Enquanto Marlucia sempre se apresentava falante, segura e vaidosa, Maria Clara revelava um semblante e um modo corporal inseguro e humilde. Contou-me que nasceu na capital paulista, no bairro de Jabaquara, mas ficou órfã aos nove anos, começando a trabalhar em “*casa de família*” ao doze anos de idade. Analfabeta, acreditava que não prosseguiu na escola porque “*tinha a cabeça muito fraca*”. Na época com 38 anos, mãe de quatro filhos, trabalhava em uma casa três vezes por semana e em outras duas casas um dia da semana em cada. Dizendo adorar o seu bairro em Diadema, Maria Clara alegava só sair da sua região para trabalhar. Católica, praticamente não frequentava a igreja. Em casa, realizava atividades domésticas, assistia à televisão e aproveitava para descansar. Grande apreciadora de telenovelas do SBT, Record e Globo, e dos telejornais

populares, com predileção pelo apresentador Datena. Já no rádio ouvia diariamente a programação da rádio Capital AM e era fã de Amado Batista.

Conforme seu corpo já revelava, Maria Clara declarou-se uma mulher sem vaidades. Não gostava de comprar roupas nem acessórios para si e garantia que praticamente só vestia o que ganhava de vizinhos, parentes ou patrões. Para os filhos, sim, comprava roupas e sapatos, dando preferência pelo centro comercial de Diadema. Mas, para ela própria, quase não fazia compras e limitava-se ao essencial. Maria Clara contou que uma de suas patroas frequentemente insistia para que ela se cuidasse um pouco e dava-lhe batons, vestidos, recentemente havia lhe dado um par de brincos. Ela, entretanto, ou não aceitava ou repassava, afinal, já tinha dito pra patroa que não gostava pois era daquele jeito. Maria Clara constantemente referia a si própria como “*pobre*”, dando-me a impressão que era de fato pela carência e pela necessidade material e econômica – e não pela ambição de equiparar-se, como no caso de Marlúcia – que tecia para si essa identidade, a qual terminava por funcionar também como um modo de proteção aos imperativos da sociedade de consumo.

Já a empregada doméstica Mariana também atribuía uma grande importância à sua capacidade de consumo e assumia espelhar-se em diversos costumes de patroas. Relatou a custosa relação que desenvolvera com perfumes importados: após ganhar, há mais de uma década, um perfume de uma marca famosa de sua ex-patroa, “viciou-se” neles e agora pagava o quanto fosse preciso para garantir esse hábito para ela e para o filho de 18 anos, comprando-os parcelado nas lojas Renner, conforme prática de crédito cada vez mais difundida no universo popular (Sciré, 2012).

A experiência de Mariana deixou claro que algumas marcas, eventualmente pouco acessíveis, eram levadas em conta nas decisões dessas consumidoras por sua “qualidade” e “distinção”. Também a diarista Maria, que ganhava mal por trabalhar poucos dias, buscava economizar em xampus, sabonetes e outros produtos de beleza considerados “*mais básicos*” para comprar hidratantes da marca Natura, “*de mais qualidade*”, para ela e para a mãe. Casos como esse demonstram como o sistema de classificação construído nas disputas entre as marcas e tornado visível pela publicidade e pela mídia (Rocha, 2000), tem importante aderência também nesse meio social.

Entretanto, alguns objetos revelaram serem dotados de importância ainda maior para demarcar *status* e condição social. Nesse sentido, além de carros, roupas e perfumes, aparelhos eletrônicos como celulares, computadores, televisores, equipamentos de som e aparelhos de DVD eram, de maneira geral, bastante valorizados

pelas trabalhadoras e suas famílias, constituindo-se em muitos casos como verdadeiros índices de ascensão social ao permitirem a “comparação” com vizinhos, colegas e parentes. O filho de Janaína me dizia: *“aqui na favela tem mais televisão LCD do que em muito bairro chique por aí!”*. Independente da validade empírica de tal argumento, ele é indicativo da importância desses aparelhos como marcadores de posição social.

Em pesquisa sobre o consumo entre empregadas domésticas, Barros (2007) já havia destacado como a intensa compra de eletroeletrônicos era ilustrativa do que ela denominou como “consumo de pertencimento”, no qual ter acesso a determinados bens funciona como indicativo de pertencimento à sociedade de consumo (2007, p. 177). Assim, a utilização de diversas estratégias para adquirir, por exemplo, televisores e celulares de última geração, revelou a Barros a existência de uma hierarquia de gastos, que priorizava, além das despesas com saúde e cuidado com os filhos, certos bens de consumo estratégicos e cuidados com a imagem pessoal.

Também em minha pesquisa os aparelhos celulares, tanto como artefato tecnológico como enquanto meio de comunicação, revelaram ser um bem muito importante para diversas mulheres. Isso porque tais aparelhos permitiam manter a comunicação com familiares e parentes, além de poder funcionar como máquina fotográfica, filmadora e aparelho para ouvir músicas – itens antes mais restritos ao universo dos patrões. Para a empregada doméstica Janaína, que dormia no serviço de segunda a sexta-feira, conforme descrito acima, esse meio de comunicação era de primeira importância para manter o contato extramuros, conversando com amigas e parentes. Possuindo quatro aparelhos de modelagem simples, cada um com *chip* diferente (Claro, Oi, Vivo e Tim), ela demonstrava um grande conhecimento de todas as promoções e vantagens oferecidas pelas operadoras. No entanto, Janaína não se preocupava com os modelos e capacidades tecnológicas de cada aparelho. Ao contrário, preferia os mais simples diante de sua dificuldade de lidar com eletrônicos. Em relação às instruções que sua filha de 23 anos tentava lhe dar, ela comentou *“parece que quanto mais ela me explica, mais complica”*. Já os jovens com quem Janaína convivia, ao contrário, davam muita atenção para os aparelhos, sendo mais valorizados aqueles equipados com novidades como MP3 e câmeras fotográficas potentes.

Assim como Janaína, diversas trabalhadoras entrevistadas alegaram dificuldades para manejar aparelhos eletrônicos, sobretudo computadores. Já presente nas casas de muitas delas, embora esse equipamento possa ser utilizado para ouvir músicas ou ver filmes, eram os filhos, em geral, que os manejavam. Assim, entre as trabalhadoras

entrevistadas, apenas Odete, Ana, Marlucia e Mariana sabiam mexer num computador, ingressando recentemente nas redes sociais *Orkut* e *Facebook*. A dificuldade de manejar aparelhos eletrônicos se expressava também no uso de caixas eletrônicos – além de Janaína, Maria Clara e Lia (ambas analfabetas) mencionaram o fato de dependerem de parentes para a movimentação de suas contas bancárias.

De diferentes maneiras, a questão do consumo revelou ser um aspecto central à vida na cidade levada pelas mulheres pesquisadas. Ainda que recentemente alçadas ao status de “consumidoras da classe C” pelas pesquisas de mercado e pela imprensa, suas práticas cotidianas de consumo envolvem uma série de “táticas”, no sentido cunhado por De Certeau¹⁶. Se, conforme afirma esse autor, “sem cessar, o fraco deve tirar partido de forças que lhe são estranhas” (2012, p. 46), essas empregadas domésticas realizam um esforço constante de planejamento e negociação para consumir uma série de itens que lhes parece essencial – do ponto de vista utilitário ou simbólico –, ainda que tenham que enfrentar a todo o momento o estigma de “*ser pobre*”. Seja pela resistência aos excessos da sociedade de consumo – caso de Maria Clara –, seja pela maior adesão – casos de Marlucia e Mariana –, esses dados indicam como há ainda um longo caminho a ser trilhado antes de se afastar em definitivo dos fantasmas da pobreza e da desigualdade social.

Permeadas por contradições e contestações, essas histórias em conjunto indicam alguns dos dilemas vivenciados por todas as mulheres pesquisadas. De maneira geral, a busca por uma satisfação pessoal e profissional mais plena estava, de um modo ou de outro, presente em todas as histórias de vida, ainda que em alguns casos isso fique mais no plano das expectativas do que das realizações de fato.

Conforme discutido neste capítulo, o emprego doméstico ainda é uma atividade muito importante entre as mulheres de classes populares no Brasil, empregando milhões de trabalhadoras. Acompanhando brevemente a história dessa profissão, nota-se que houve transformações importantes, resultando em maior acesso a direitos, serviços e bens de consumo. No entanto, desigualdades econômicas e sociais persistem no meio social em que essas trabalhadoras são recrutadas, especialmente no que se refere ao acesso à educação, moradia e sistema de saúde.

¹⁶ Para Michel De Certeau, diferentemente das *estratégias*, que estariam mais relacionadas aos “fortes” e “escondem sob cálculos objetivos a sua relação com o poder”, as *táticas*, mais ligadas aos “fracos”, consistem nas decisões práticas, nos atos cotidianos, nas maneiras de aproveitar a ocasião (Certeau, 2012, pp.44-47). Para o autor, “em suma, a tática é a arte do fraco” (2012, p. 95).

Com o recente processo de expansão da chamada “classe C”, exhaustivamente noticiado pela imprensa, a questão do emprego doméstico – ainda uma das principais ocupações entre as mulheres de classes populares –, revelou-se um eixo importante para se compreender esse fenômeno social mais amplo. Sendo assim, a temática passou a conciliar discursos variados, organizados em torno de dois polos que frequentemente sobrepõem-se – um positivo, que busca valorizar a categoria e suas possibilidades de ascensão social; e um negativo, mais atrelado ao estigma e às baixas condições sociais dessas profissionais. Tais discursos podem ser evidenciados na imprensa, na bibliografia e na fala de empregadas e patrões. Tal processo também teve impacto imediato no consumo cultural dessas trabalhadoras e nas representações da empregada doméstica veiculadas pela televisão, conforme discutirei nos capítulos seguintes.

Capítulo dois.

Do “brega” ao *pop*: consumo cultural entre empregadas domésticas em São Paulo

Na década de 1970, entre os movimentos musicais que surgiram no Brasil, a música “brega”¹⁷ obteve um grande sucesso de público e de vendas atingindo, sobretudo, ouvintes das classes populares. Cantores como Waldik Soriano, Odair José e Wando conquistaram o povo brasileiro e algumas de suas músicas tornaram-se verdadeiros hinos populares da época. Desqualificados pela cultura “legítima”, tais cantores foram avaliados pela crítica musical como bregas, cafonas e alienados. Dentre as alcunhas que essa geração recebeu, estava a de “cantores das empregadas”, rótulo que relacionava um tipo de música com uma determinada categoria profissional, rebaixando a ambas: a música “ruim” só poderia fazer tanto sucesso graças a um grupo profissional feminino e pouco prestigiado socialmente (Araújo, 2005).

A geração de artistas “bregas” ou “românticos” da década de 1970 era também, no entanto, ouvida por padeiros, manicures, garçons, donas de casa, entre tantos outros grupos profissionais, e por muita gente da classe média. Conforme hipótese de Paulo César de Araújo (2005), esse rótulo se explicaria uma vez que seria por meio do contato com a empregada doméstica, do seu cantarolar, do rádio ligado na cozinha, que os segmentos que os rotulavam teriam sido apresentados a esse tipo de música.

De qualquer maneira, ainda que não houvesse qualquer *relação exclusiva* entre empregadas domésticas e música brega, tal grupo profissional foi um grande consumidor dessa geração de cantores românticos, relação que se consolidou com a música de Odair José intitulada *Deixa essa vergonha de lado* (1973). Odair José, que já dedicara uma música às prostitutas (*Eu vou tirar você desse lugar*), nessa canção descreve com sensibilidade o estigma da empregada que morava no quarto dos fundos da casa dos patrões¹⁸. Reforçava-se assim a relação entre empregada doméstica e

¹⁷ O termo “brega” refere-se tanto a um estilo musical em moda na época (posteriormente reelaborado por ritmos como o tecnobrega, no Pará), como a um adjetivo pejorativo, sinônimo de “cafona”. Possivelmente há outras utilizações para o termo; ouvi de uma interlocutora nascida na Bahia a utilização de “brega” como sinônimo de zona de prostituição, dando pistas sobre as origens do termo.

¹⁸ A letra da música é a seguinte: “Eu já sei que essa casa onde você diz morar / Onde todo dia no portão eu venho lhe esperar / não é a sua casa / Eu já sei que o seu quarto fica lá no fundo / E se você pudesse fugir desse mundo e nunca mais voltar / Eu já sei que esse garoto que você leva pra brincar / E que todo dia na escola você vai buscar / não é o seu irmão / Ele é filho dessa gente importante / E às vezes também é seu por um instante / Apenas dentro do seu coração / Deixe essa vergonha de lado! / Pois nada disso tem valor / Por você ser uma simples empregada / não vai modificar o meu amor / Eu já sei porque você não

música brega¹⁹. Odair José ficou então conhecido como “o terror das empregadas”, alcunha reforçada após a divulgação de uma canção de Rita Lee intitulada *Arrombou a Festa*, que continha a estrofe “O Odair José é o terror das empregadas / Distribuindo beijos, arranjando namoradas”. No início da década de 1980, também Amado Batista trouxe o emprego doméstico para o universo musical, através da canção *O Lixeiro e a empregada*²⁰, que retratou um caso de paixão entre esses dois trabalhadores desvalorizados na sociedade, também conectando sua fama de cantor popular-romântico a esse grupo profissional.

Em representações imagéticas da empregada doméstica, seja na televisão seja no cinema, também é comum a caracterização da empregada doméstica como uma mulher que consome bens culturais típicos como roupas “cafonas” e músicas “bregas” em rádios populares. Assim, no seriado *a Diarista* (Rede Globo, 2004 a 2006), a protagonista Marinete era caracterizada como uma consumidora de rádios populares e que reivindica para uma de suas patroas o direito de “ouvir o que quiser, na hora em que quiser, no volume que quiser”²¹. Também no cinema, em *Domésticas – O Filme* (de Fernando Meirelles e Nando Olival, 2001), a trilha sonora foi composta em sua maioria por músicas românticas nacionais da década de 1970. Como observou Silva (2007), num estudo de recepção sobre o filme entre empregadas domésticas na cidade de Brasília, ainda que muitas trabalhadoras ouvissem esse tipo de música, o gosto não era consensual e a trilha sonora foi considerada ultrapassada. Mais recentemente, na telenovela *Cheias de Charme* (Globo, 2012) as empregadas domésticas ficcionais foram caracterizadas como mulheres ligadas a uma cultura musical relativa ao tecnobrega, ao

me convida pra entrar / E se falo nessas coisas, você procura disfarçar / Fingindo não entender / Eu já sei porque você não me apresenta seus pais / Eu entendo a razão de tudo isso que você faz: / É medo de me perder / Eu já sei que na verdade nada disso você quis / você simplesmente pensou em ser feliz / Aí, não quis dizer / Mas você tem uma coisa, pode ter certeza / O amor que você tem por mim é a maior riqueza / Que eu preciso ter / Deixe essa vergonha de lado! / Pois nada disso tem valor / Por você ser uma simples empregada / não vai modificar o meu amor”.

¹⁹ Em entrevista concedida à Rádio Globo na década de 1980, Odair José falou dos motivos que o levaram a escrever essa música: “[...] Ao conviver com essas dificuldades todas, eu aprendi a gostar das pessoas que também dormem em quartos de fundos. Foi quando eu fiz essa canção, que conta a história da pessoa que convive com a família mas não é da família, [...] aquela secretária da casa que serve para dar banho nas crianças, serve para levar o filho à escola, serve para fazer comida, mas não serve para casar com os filhos da gente. E isso é uma coisa que sempre me tocou muito” (Araújo, 2005, p. 322).

²⁰ A letra dessa música é a seguinte: “Eu era lixeiro, você empregada / A gente se olhava e se encontrava / Na mesma calçada / E todos os dias, você vinha sorrindo / E eu às pressas contente, pra você lhe pedindo / Um abraço e um beijo, você não pode negar / Pois sua lata de lixo / Sou eu quem vou carregar / Eu era lixeiro, você empregada / A gente se olhava e se encontrava / Na mesma calçada / O tempo foi passando, e minha vida mudou / De um simples lixeiro, eu me tornei um cantor / Esta é a minha história, nenhum poeta contou / O lixeiro e a empregada / Um novo caso de amor”.

²¹ Diálogo exibido no episódio “Quem vai ficar com Marinete?”, disponível no DVD da primeira temporada (2004).

samba, ao sertanejo e ao romântico. Além de ouvirem diariamente um programa de rádio intitulado “Bom Dia, Dona Maria”, eram também fãs de um cantor romântico-sertanejo de sucesso, explorado na trama como o “príncipe das domésticas” – certamente uma referência atualizada ao papel que Odair José e Amado Batista ocuparam na década de 1970.

Embora esses casos sejam especialmente ilustrativos, a relação entre “a empregada doméstica” e certos bens culturais manteve-se em diversos planos, uma vez que para muitos integrantes das camadas médias e altas é na figura da empregada doméstica que se dá o contato com os setores populares da sociedade e, assim, com alguns dos produtos culturais populares-massivos desvalorizados no mercado “legítimo” de bens simbólicos.

Neste capítulo, analiso o consumo cultural, sobretudo de rádio e televisão, por mulheres que trabalham como empregadas domésticas, baseando-me em pesquisa de campo por mim realizada na cidade de São Paulo entre 2010 e 2012. Mais do que elencar todos os produtos culturais consumidos por todas as trabalhadoras, o que geraria uma análise longa e enfadonha, o objetivo é levantar em linhas gerais quais os tipos de produtos mais consumidos e valorizados, relacionando-os com suas vidas cotidianas. As questões que procuro discutir são: enquanto mulheres oriundas das classes populares, de maneira geral, quais bens culturais são consumidos e valorizados no cotidiano? Especificamente enquanto empregadas domésticas, há influências e trocas culturais na relação com os patrões? Secundariamente, outras questões foram levadas em conta: Como os produtos culturais consumidos são analisados pela bibliografia sobre “indústria cultural” e “cultura de massa”? Quais são os critérios que as próprias empregadas domésticas mobilizam nas escolhas culturais realizadas? Ainda que indiretamente, como esses produtos se relacionam com marcadores sociais tais como gênero, cor e classe?

1. O consumo cultural cotidiano entre um grupo de empregadas domésticas

Como era previsível, a pesquisa de campo revelou que mídias como rádio e televisão constituem parte importante na vida das empregadas domésticas pesquisadas, constituindo-se como “companheiros essenciais” nas esferas do lazer e do trabalho. Embora essas mulheres partilhem uma mesma profissão (empregada doméstica) e, de

maneira geral, pertençam a uma definição ampliada de classes populares²², possuindo *habitus* próximos (Bourdieu, 2007), algumas diferenças importantes se evidenciaram, com consequências para a análise. Analiticamente, agrupei as mulheres pesquisadas em três perfis de consumidoras culturais: “românticas”, “descoladas” e “evangélicas”. Ainda que se aproximem da lógica dos tipos ideais, a intenção desses perfis foi reunir *gostos* similares, levando em conta aspectos determinantes às trajetórias individuais. A seguir, apresento resumidamente as trajetórias e os gostos de algumas trabalhadoras, inserindo-as nesses perfis. Posteriormente, discuto aspectos gerais sobre o consumo dessas mídias, buscando elucidar critérios e sentidos envolvidos nessa relação.

1.1 “Românticas”

*Eu não sei pra onde vou; Pode até não dar em nada;
Minha vida segue o sol; No horizonte dessa estrada.
[...]E onde o vento me levar; Vou abrir meu coração;
Pode ser que num caminho; Num atalho, num sorriso;
Aconteça uma paixão.
Leonardo, música Um sonhador*

Mulheres como Maria, Janaína, Josefina, Lurdes, Railda e Rosangela que associam ao passado de migrante e ao trabalho intenso na cidade o gosto por produtos que priorizam a emoção. São empregadas domésticas que consomem bens culturais mais diretamente relacionados a um imaginário popular e, talvez, feminino, os quais podem ser relacionados entre si: em matéria de música, há a preferência pelo estilo “romântico”, associado à música sertaneja, ao samba, ao pagode e ao forró. Consumidoras cotidianas do rádio, elas ouvem estações que veiculam uma linguagem direta e simples, com diálogos, leituras de cartas, promoções e músicas antigas ou da moda. Na televisão, há a preferência pela teledramaturgia açucarada, pelos programas de auditório e pelo estilo cômico. Vejamos resumidamente as escolhas e gostos de duas mulheres que podem ser associadas a esse perfil.

Maria, de acordo com seu depoimento, veio para São Paulo motivada por uma telenovela. Fã de teledramaturgia desde jovem, a decisão pela migração se deu enquanto assistia à *Tieta* (Rede Globo, 1990, 20h). Na novela, um personagem falava o tempo

²² Conforme sintetiza Stuart Hall, “o termo ‘popular’ indica esse relacionamento um tanto deslocado entre a cultura e as classes. Mais precisamente, refere-se à aliança de classes e forças que constituem as ‘classes populares’. A cultura dos oprimidos, das classes excluídas: esta é a área à qual o termo ‘popular’ nos remete” (2003, p. 245).

todo de “Sumpaulo”²³, deixando-a muito intrigada: se todos falavam dessa cidade, porque só ela não a conhecia? Então com 18 anos, morando em sua cidade natal no interior de Minas Gerais, Maria começou a preparar a viagem. Falou com uma vizinha cuja mãe já morava em São Paulo e viajou rumo a casa dessa senhora com uma amiga. E assim, “*com a cara e a coragem*”, chegou à metrópole no dia 8 de janeiro de 1991, data que nunca esquece.

Apesar de ter achado muito longe (o trajeto foi feito de ônibus), de não ter parentes aqui (o que a deixava insegura) e de ter vindo sem o apoio de seu pai, Maria de imediato ficou animada com São Paulo, “*bem agitada, né?*”. Desde então morou na zona sul, em diversas favelas da periferia da cidade (Santa Júlia, Americanópolis, Serraria, Vila Clara e, atualmente, Jardim Santa Terezinha ou Pantanal). Logo arrumou serviço de diarista e, desde aquela época, já trabalhou não sabe nem dizer em quantas casas. Das que mais se anima para contar, foi a casa do cantor Paulo Ricardo. Sendo na época amiga da governanta do artista, conseguiu o emprego de babá, mas só ficou um mês e 17 dias porque “*era muita responsabilidade*”. Em 2010 havia mudado de profissão, trabalhando em “*firma*” (como auxiliar de limpeza). Quando nos encontramos em 2011 estava novamente trabalhando de diarista e não procurava trabalho fixo porque recebia o seguro-desemprego. Já em 2012 permanecia trabalhando como diarista apenas dois dias da semana e nos demais cuidava da mãe doente; para completar a renda aguardava o cadastro no programa Bolsa-Família. Segundo Maria, para trabalhar em casa de família, antes de tudo, é preciso ter sorte. Isso porque nunca é possível prever como serão os patrões, “*tem uns que são legais, mas tem outros...*”. E fora aqueles que “*parecem*” que são legais, mas depois “*dão as caras*”. Já em firma, apesar do salário menor (em geral pagam apenas o salário-mínimo) existiriam “*outros recursos*” como seguro-desemprego (como o que recebia em 2011) e fundo de garantia, direito não garantido à categoria profissional na época.

Com 39 anos em 2011, casada (conheceu o marido tão logo chegou a São Paulo), mãe de três filhos em idade escolar, Maria se ressentia por não ter casado no papel, motivo de vergonha para o seu falecido pai. Outro ressentimento se dava em relação ao fato de não ter conseguido retomar os estudos. Parou na quinta série do ensino fundamental (já para trabalhar como diarista), o que não a impedia de ler e escrever relativamente bem. Porém, Maria não tinha costume de leituras. Não lia

²³ Quem falava errado o nome da cidade era o personagem da telenovela, e não ela.

nenhum livro e praticamente não lia revistas. *Nunca* foi ao teatro, ao cinema ou ao museu. Não sabia utilizar a internet. Não frequentava shoppings, lojas ou restaurantes. Apesar de ser católica, às vezes ia ao culto da igreja evangélica Deus é Amor, na comunidade onde mora.

Em 2011, com poucos dias trabalhando “*pra fora*”, Maria ocupava-se então de uma de suas atividades prediletas: assistir à televisão. Morando com a família em uma casa simples, na favela de Santa Terezinha (na divisa de São Paulo com Diadema), Maria passava muitas tardes inteiras com o aparelho ligado. Intitulando-se uma “*verdadeira noveleira*”, nesses dias sua rotina oscilava entre novelas e afazeres domésticos. Assim, à tarde via as produções brasileiras e mexicanas exibidas pelo SBT, depois a novela das 19h na Globo (em geral, seu horário preferido na emissora), eventualmente a novela das 21h e depois retornava ao SBT para assistir à trama que passava na época às 23h. Nos dias em que tinha trabalho, só tinha tempo para assistir à programação após as 20h, o que incluía o telejornal (embora não gostasse muito) e as novelas.

Em relação às estações de rádio, apesar de no momento não ouvir com tanta frequência, sintonizava mais na Band FM ou na Tropical FM. Se orgulhava em contar que há muitos anos atrás ganhou uma promoção e, numa noite inesquecível, foi jantar com o locutor Eli Corrêa e com as demais sorteadas. Pergunto o que ela achou do radialista, “*eita coroa, viu?*”. Recentemente ouvia mais músicas no computador. Ela pedia e a filha colocava Amado Batista, Fábio Jr, Roberta Miranda, Roupas Nova, Roberto Carlos, entre outros. Ouvia também as músicas da filha, “*músicas de cair na balada*”, apesar de pessoalmente não gostar. Consumindo assim “*todo tipo de música romântica*” – seu estilo musical favorito, Maria gostava especialmente do cantor Amado Batista. Fã “*desde os tempos de Minas*”, ela diz gostar mais dele do que de Roberto Carlos. Apesar de nunca ter ido a algum show desse cantor, impossibilitada pela rotina amarrada junto à família, ela conta que seu sonho seria tirar uma foto com o artista: “*O povo fala que é brega, mas cada um gosta do que quer, não é?*”.

Josefina, olhando para sua própria vida em 2011, concluía que não tinha nada de *diferente* pra contar, já que seu dia-a-dia era simples e repetitivo. De segunda à sexta, trabalhava como empregada doméstica mensalista em um apartamento num condomínio fechado na zona sul de São Paulo. Como pela manhã os patrões saíam para trabalhar e o “*menino*” ia para a escola, passava grande parte do dia sozinha. Responsável pela

manutenção das roupas, cozinha e limpeza do ambiente, Josefina realizava todas as atividades, “*sempre*”, acompanhada pelo seu rádio. Totalmente fiel a sua estação preferida, Band FM, ela dizia “*não saber viver*” sem essa mídia. Segundo ela, o costume era tão frequente que até a patroa brincava, “*lá vai ela com o rádio!*”.

Com 47 anos em 2011, divorciada e sem filhos, Josefina morava sozinha numa “*casa simples*”, em favela, na extrema zona sul da cidade²⁴. Ela contava que praticamente todas as noites, quando chegava do trabalho, arrumava um pouco a casa assistindo à novela das 18h, preparava uma jantinha, assistia à novela das 19h, ao *Jornal Nacional* e à novela das 21h. Aos finais de semana, arrumava a casa e cuidava de seu cachorro, visitava a mãe, ia à casa de sua irmã ou de uma amiga no bairro. Apesar dessa rotina bem definida, Josefina revelou que às vezes se sentia “*meio perdida*”. Além da solidão, Josefina acreditava que “*lazer, no sentido mesmo da palavra*”, ela não tinha. Mesmo que sua irmã a convidasse para ir ao shopping, elas sempre tinham que ir ao supermercado ou pagar uma conta, alguma coisa sempre acontecia, de modo que quase sempre o momento livre se esvaía. Para ela, seu maior divertimento era a televisão, quando à noite ou aos finais de semana sentava em sua cama e assistia às “*suas*” novelas, ou mesmo a um filme.

Assim, tanto o rádio quanto a televisão constituíam-se como parceiros essenciais à existência de Josefina. Se dizendo “*viciada*” nas novelas da Globo, era na programação semanal noturna dessa emissora que essa trabalhadora se entregava às emoções, acompanhando a vida dos personagens. A novela, inclusive, tornava-se um assunto recorrente com sua patroa, também “*noveleira*”. Declarando-se fã de Regina Duarte, Josefina enfatizou que, apesar de gostar de “*um bom drama*”, preferia o estilo comédia. Assim, em maio de 2011, lamentava o fim da novela *Tititi*, para ela “*super divertida*”, e reclamava dos excessos na então trama das 21h, *Insensato Coração*, excessivamente dramática.

Josefina ouvia a Band FM todos os dias no serviço. Em casa também ouvia rádio, mas às vezes optava por um CD. Sua preferência por essa emissora decorria, em primeiro lugar, em função do estilo de música veiculado: Josefina adorava música sertaneja, estilo musical mais tocado nessa estação. Mas também lá estavam os locutores já “*queridos*” (“*o Murilo e a Marcinha*”), além das promoções, das quais ela

²⁴ As conversas com Josefina foram realizadas em clima muito amigável no seu ambiente de trabalho. Porém, todas as vezes que eu propus ir à sua casa, ela criava algum impedimento, deixando entrever que tinha vergonha porque sua casa era “*muito simples*”. Após alguma insistência, em 2012 Josefina deixou de atender os meus telefonemas.

sempre participava. Outro ponto importante era que a rádio tocava bastante Leonardo, seu cantor preferido ao lado da cantora de axé Claudia Leitte. Para Josefina, mais do que uma escolha, o rádio resultava em um “vício”, acompanhando-a e dando ritmo a sua vida um pouco solitária.

1.1.1 Emoção no ar: cartas de saudade, músicas e ídolos

Assim como para Josefina, o rádio é uma mídia muito apreciada por diversas mulheres que participaram desta pesquisa²⁵. Ouvido no serviço, no transporte ou em casa; no celular, em aparelhos de som multifuncionais ou mesmo no tradicional radinho de pilhas – tal mídia faz parte do cotidiano de muitas empregadas domésticas. Como para diversos outros setores da população, para essas mulheres o rádio pode ser consumido com atenção exclusiva ou pode ser conciliado com outras atividades, principalmente manuais, como cozinhar, passar roupa ou limpar a casa. Martín-Barbero chamou a atenção para essa particularidade, destacando como “o rádio não requer qualquer capacidade além da audição, com sua ‘restrição’ ao sonoro – a voz e a música – [...] possibilitando a superposição e o entrelaçamento de atividades e tempos” (2009, p. 254).

O sistema radiofônico em São Paulo organiza-se em frequência AM e FM, sendo que em abril de 2011 o *dial* na AM continha 18 estações e na FM 33. No meio publicitário, e possivelmente no próprio meio radiofônico, as emissoras de rádio são usualmente divididas em categorias de acordo com o perfil dos ouvintes, classificadas em “jovens”, “adultas”, “populares”, “notícias” e “esportes e religiosas”²⁶. As mulheres associadas ao perfil “românticas” ouvem quase que exclusivamente as rádios classificadas como “populares”. As mencionadas na pesquisa foram Tupi FM, Nativa FM, Band FM, Tropical FM, Imprensa FM, Rádio Terra AM, Rádio Capital AM.

Reproduzindo músicas, “conversando” com os ouvintes, realizando promoções, além dos programas de leituras de cartas, essas emissoras associam-se mais diretamente ao cotidiano das trabalhadoras, sobretudo porque a programação pode ser ouvida durante o serviço na casa dos patrões, possibilitando a criação de um universo simbólico *familiar* no interior de um ambiente físico e social *hostil*. Esse é, por exemplo, o caso de Lia, quem todos os dias no serviço passava roupa às 14 horas, na lavanderia localizada

²⁵ Das 27 mulheres que participaram em alguma medida da pesquisa, nove afirmaram ouvir rádio praticamente o dia todo e apenas duas declararam não gostar dessa mídia.

²⁶ Classificação disponível, por exemplo, em <http://www.tudoradio.com/dials.php?estado=SP&cidade=6>.

na aérea externa da casa em que trabalhava, para ouvir o programa do apresentador Eli Corrêa sem incomodar a patroa e sem ser incomodada.

Mas embora proporcione prazer, companhia e distração, o costume de muitas mulheres de trabalhar com o rádio ligado também pode ser motivo de tensão. A patroa de Josefina, por exemplo, embora brincasse sobre a paixão de sua funcionária pelo rádio, ficava incomodada e sempre pedia para ela desligar o aparelho quando fosse almoçar em casa. Já para a trabalhadora Simone, o problema era que sua colega de trabalho, a babá evangélica Adecina, se irritava com sua mania de sempre estar ouvindo a Nativa FM (emissora popular com foco em músicas sertanejas e românticas); como solução, Simone levava o rádio para todos os cômodos em que estava executando a limpeza, até mesmo no banheiro.

Entre as mulheres que gostam muito de rádio, muitas são fieis a certas estações. Uma vez que elegeram a emissora “do coração” – que acompanham toda a programação, conhecem os locutores e, eventualmente, participam de promoções – não ficam passando de uma estação para outra. Este costume, chamado de “fidelidade” pela indústria radiofônica, permite um maior entrosamento e intimidade entre as consumidoras e a produção, levando-as a conhecer a programação em detalhes.

Além da já citada fidelidade de Josefina à Band FM, esse também é o caso de Janaína, que ouve apenas a estação Tupi Fm (104,1MHz): *“Olha, pra te falar a verdade, se você achar um rádio meu fora da Tupi é que alguém mexeu, que às vezes eu acho que o negócio vai travar ali. É na Tupi 24 horas”*. A rádio Tupi FM, eleita a preferida também por outras três mulheres do grupo pesquisado, era a rádio líder de audiência na região metropolitana de São Paulo entre 2009 e 2011, de acordo com a medição realizada pelo Ibope²⁷. Assim como outras rádios classificadas como “populares”, a rádio Tupi FM investe recorrentemente em promoções, sorteando jantares, roupas, cosméticos e alimentos para os ouvintes que participam por meio de ligações ou mensagens, comentando a programação ou pedindo suas músicas prediletas. Especializada em música sertaneja nacional, divide sua programação entre os clássicos da música sertaneja, os clássicos da música romântica e as novidades do universo sertanejo, dando destaque à nova corrente intitulada “sertanejo universitário”. Possui também um programa de leitura de cartas intitulado “Vale a pena ter saudade”.

²⁷ Informações obtidas em <http://www.radiotupifm.com.br/aradio/>, acessado em maio/2011.

Já a rádio Band FM, a preferida de Josefina e de outras três trabalhadoras, embora também seja classificada como “popular” no meio radiofônico, apresenta os sucessos dos estilos sertanejo, samba e pagode, compondo uma programação mais eclética que a concorrente Tupi FM. Segundo a ouvinte Josefina, além do estilo das músicas serem os de sua preferência, nessa emissora os programas são interativos e as promoções honestas. Já a trabalhadora Rosângela, que em 2010 só ouvia Nativa FM e a rádio Capital AM, passou a ouvir também a Band FM em 2012 motivada pelo programa *Band Love*, que promovia encontros amorosos por meio de “anúncios” feitos pelos pretendentes. Como ela estava em busca de um namorado, sintonizava nesse programa e, depois, retornava às emissoras prediletas.

Outra emissora importante nesse universo, sendo mencionada diversas vezes durante a pesquisa, foi a Rádio Capital AM (1040 kHz), que estava entre as preferidas para Lia, Lurdes, Rosângela e era ouvida às vezes por Maria. O sucesso desta emissora decorre da fama de seu principal locutor, Eli Corrêa, velho conhecido do rádio, que desde os anos de 1970 apresenta o programa de leitura de cartas intitulado “Que saudades de você”²⁸. Tendo como música de abertura o refrão de canção de mesmo nome de Odair José, o programa é dedicado à leitura de cartas de ouvintes que falam sobre a morte, a doença, o amor e a saudade. Utilizando como instrumento sua voz encorpada, reforçada pela técnica da ênfase por meio da repetição, Eli Corrêa adapta as cartas para sua interpretação, criando uma linguagem simples, popular e romântica, contando assim as “*histórias que a vida escreveu*”, um dos seus bordões. A empregada doméstica Lurdes, outra ouvinte fiel desse programa, conta que faz de tudo para não perder a reprise todos os dias à meia-noite (enquanto espera seu filho chegar da faculdade) e revela que às vezes até chora com a narração das cartas, de tanta emoção. Já Rosângela decidiu comprar o livro do apresentador (que emprestou para eu ler) permitindo assim reviver por meio da leitura (costume, aliás, incentivado pelo seu patrão) algumas cartas antes de dormir²⁹.

²⁸ Segundo informações disponíveis no site de Eli Corrêa, a matriz do programa era veiculada na década de 1970 pela Rádio Tupi. Devido ao sucesso com o público, em 1979 o quadro ganhou o nome de “A Sessão da Saudade”. Com a transferência para a Rádio Record, e inspirado no sucesso da canção de Odair José, o locutor alterou o nome do quadro para “Que Saudades de Você”, que se manteve na transferência para a Rádio Capital. Informações disponíveis no site:

(http://www.elicorrea.am.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=55&Itemid=56).

²⁹ Em pesquisa sobre consumo cultural entre operárias, na década de 1970, diante da centralidade das cartas nas revistas preferidas das trabalhadoras, Ecléa Bosi comentou: “creio ser esta a parte mais importante da revista: centenas de pessoas desenraizadas e ansiosas expõem as feridas da condição feminina e da sociedade. São cartas que tem um alto valor de documento psicológico e sociológico.

Ao ouvir a emissora Capital algumas vezes entre 2010 e 2012, foi interessante constatar o vínculo direto que Eli Corrêa estabelece com a ouvinte “típica”: mulher, adulta, de classes populares³⁰. Além da leitura de cartas, grande parte do tempo era dedicado ao *merchandising* de produtos como remédios, vitaminas, próteses dentárias, cintas emagrecedoras, entre outros, confundindo as ouvintes sobre as fronteiras entre o que é ou não é propaganda. Orações católicas e leitura de horóscopo também puxavam a programação. Essas eram, aliás, as partes preferidas de Rosangela, que se esforçava para não perder todas as manhãs tais quadros do programa, acompanhando as informações sobre seu signo e sobre as mudanças astrais³¹.

Desse modo, assim como a Capital AM, diversas estações paulistanas de rádio parecem estabelecer uma comunicação “direta” com certo perfil de ouvintes, imaginado como preferencialmente feminino e popular, ainda que homens também sejam consumidores importantes dessas programações. Essa particularidade do rádio não é exclusiva desse contexto de pesquisa, sendo destacado por Martín-Barbero como uma das características dessa mídia na América Latina. Segundo o autor “o rádio reage à concorrência da televisão explorando a sua *popularidade*, ou seja, seus modos especiais de “captar” o popular” (Martín-Barbero, 2009, p. 254).

Para além das preferências individuais, também alguns cantores ou cantoras, duplas e bandas foram recorrentes entre as mulheres associadas ao perfil “românticas”. Roberto Carlos foi um deles, sendo um artista muito querido por diversas trabalhadoras, entre elas Janaína, Rosangela, Miranda e Maria. Consumido e apreciado por um público bastante diversificado, é um cantor que também estabelece um diálogo íntimo com o segmento aos quais as empregadas domésticas são recrutadas. A trabalhadora Janaína contou que apreciava suas músicas desde o tempo em que trabalhava em plantações de sisal na Bahia, quando levava um “*radinho pititico*” (chamado ironicamente, segundo ela, de “*consola corno*”) para ouvir os especiais do cantor. Janaína diz que até hoje “*o sonho de sua vida*” seria encontrá-lo pessoalmente. Na falta dessa oportunidade, e motivada a fazer um passeio diferente do que está acostumada, em 2010 foi à exposição

Definem bem o público e são testemunhas de diferentes problemas que, agrupados, nos dão ideia das dificuldades da moça pobre em nossas dias” (Bosi, 1986, p. 132).

³⁰ No site da emissora há dados sobre o perfil dos ouvintes. Em outubro de 2010, 85% eram mulheres, 81% possuíam mais de 40 anos e 70% pertenciam às classes C e DE. (Informações disponíveis no site da emissora: <http://www.radiocapital-1040.com.br/Default.aspx>, acesso em 10/12/2010).

³¹ Diante da importância dada também ao horóscopo pelas mulheres operárias na década de 1970, Bosi concluiu que “num mundo de incertezas e perigos, o horóscopo, sistematizador do acaso, diminui a margem do desconhecido e propicia alguma segurança [...]” (Bosi, 1986, p. 127).

realizada sobre o cantor na Oca, no parque Ibirapuera, acompanhada de sua irmã. Como a excursão teve o significado de uma verdadeira epopeia, vale a pena reproduzir integralmente esta parte de seu relato gravado em uma de nossas conversas:

J: *Você ouviu que teve a exposição dele na Oca? Ah minha filha, não lhe conto! Comprei uma roupa nova, uma blusa, comprei uma calça jeans. Aí fui com a Silvana. Aí no dia, quando a gente desceu ali embaixo daquelas árvores [no parque Ibirapuera] sabe quando o mundo fecha de vez, tudo cinza, e tu vê que as árvores vão cair em cima de você, e você viu um raio partir assim? Sabe o que é você tomar um banho de chuva e não conseguir chegar lá? Só fiz pegar o ônibus de volta...e voltamos pra trás.*

R: Ai Janaína, que chato...

J: *O quê? Você acha que parou por aí? Eu disse: na próxima semana a gente vai de manhã! Se a chuva tá vindo de tarde, a gente vai de manhã! Ai quando foi no domingo de manhã que eu tava tomando banho, a panela de pressão explodiu. Mas eu? Eu não dei importância e me piquei [deixando] a zona lá. A panela explodiu, que ficou os armários na desgraça, derramou tudo, mas eu disse [para a cunhada] “Ana, tchau que eu tô indo!”. Quase caiu a gordura em cima da roupa...*

R: E então você foi?

Janaína: *Oxe! Ela [a cunhada] que limpou. Eu larguei a panela de pressão lá explodida, me arrumei e me mandei. Gente, mas foi chique demais! Tudo, no departamento da Oca, do primeiro [andar] até chegar no teto, tudo de Roberto Carlos. Até as rosas! Ele não joga rosas? Tinha um quarteirão de rosas, rosa mesmo, vermelha. Você sabe o que é loucura? Aquele monte de fones que você colocava no ouvido, tava ouvindo aquela música, em todo lugar que você andava você podia ouvir aquela música de fundo. Gente, foi loucura demais! E a Bahia de Guanabara? (É Bahia de Guanabara que chama, né?). Quando você entrava no negócio que você ficava assim, a sensação, o efeito que fizeram, a sensação é que era de verdade! Que era um mar de verdade! E aquele som, e aquelas músicas? Tinha até o café do rei! Mas a gente não tomou, não. Mas tinha até o café se a pessoa quisesse. E a gente foi no dia caro, que era de final de semana. Mas de dia de semana tinha entrada de até 5 reais. Só que eu trabalho, né? [...] Parecia que você tava no cinema, aqueles telões gigantes mostrando toda a vida dele, com aqueles sofás chiques. Tinha uma sala do tipo das listras do preto e branco, sabe? Da época que não tinha ... do começo da carreira dele? Umas cadeirinhas rosas, redondas. Tinha uma sala pra cada coisa, precisava você ver que loucura! Era muito loucura! Eu disse assim “nossa, mas eu não me arrependi de ter ido pra aquilo ali não”. E a gente achando que era cedo, e já era de tarde. Você assim se encantava, porque tudo que tinha era mais*

chique do que o outro, aquelas cantoras da Jovem Guarda, tudo com ele. Eu só me arrependi porque não deu pra eu ir de novo!

Emoção e a sensação de pertencimento a um universo “*chique*” e moderno empolgaram Janaína com a realização desse passeio ao museu, reforçando ainda mais a sua admiração pelo cantor. Assim como ela, Roberto Carlos é adorado há no mínimo quatro décadas por milhares de fãs de variados perfis Brasil afora, possivelmente porque, como sublinhou Miceli, desperta a identificação com o povo brasileiro: “essa imagem tão pungente de homem comum, a cara tumultuada em que muitos de nós conseguem se enxergar, de sujeito vivido, têm muito a ver com o impacto longo de sua arte” (Miceli, 2006).

Amado Batista foi outro cantor muito presente na pesquisa, tanto que Lurdes, Lia, Maria, Floriza, Janaína e Maria Clara o elegem aos primeiros lugares de suas listas de preferências musicais. Oriundo de uma família de lavradores pobres no interior de Goiás, e após trabalhar como faxineiro e catador de papel, desde a década de 1970 o cantor faz sucesso no circuito popular brasileiro, tendo lançado mais de 30 discos³². Em comparação com seu concorrente Roberto Carlos, Amado Batista possui um público mais segmentado, especificamente popular, sendo considerado como cantor “brega”, tanto que as próprias trabalhadoras suas fãs reconhecem essa pecha. Contribuiu para essa categorização o fato de Amado Batista ter interpretado na década de 1980 músicas para grupos profissionais femininos de baixo prestígio profissional, como secretárias, por meio da música “*Secretária – assédio sexual*” e empregadas domésticas, na canção “*O Lixeiro e a Empregada*”. Quase 30 anos depois desses sucessos, o cantor continua sendo admirado em determinados grupos sociais, fazendo shows por todo o Brasil.

Outro cantor muito lembrado foi Leonardo, artista que em carreira solo desde o falecimento de seu irmão Leandro concilia os estilos sertanejo e romântico. Entre os milhares de fãs que o cantor possui Brasil afora, está a empregada doméstica Josefina, que tem como “*um sonho*” assistir a um show dele, programa que nunca conseguiu realizar por falta de oportunidade e companhia. Entre demais cantores e bandas que foram mencionados e comentados ao longo da pesquisa estão os românticos e sertanejos Zezé de Camargo & Luciano, Daniel, Eduardo Costa, Bruno & Marrone, Rick & Renner, Vitor e Léo, Luan Santana e Michel Teló; as bandas de forró Aviões do Forró e Calcinha Preta, as bandas de pagode Exaltasamba e Raça Negra, o romântico Fábio

³² Informações disponíveis em: www.amadobatista.com.br/perfil.

Junior, entre outros. Entre as cantoras, se destacaram Paula Fernandes, Claudia Leitte, Ivete Sangalo, Roberta Miranda e Joelma, da Banda Calypso, entre outras mencionadas.

De maneira geral, enquanto os artistas masculinos revelaram ser cultuados sob um ponto de vista mais romântico e sensual, as cantoras preferidas entravam numa chave de “*admiração*”, caso da trabalhadora Railda que “*admirava*” muito a cantora Joelma da banda Calypso pelo seu sucesso, suas roupas e sua atitude em relação ao casamento longo com seu parceiro musical Chimbinha. Também a trabalhadora Miranda destacou a sua admiração pela cantora Paula Fernandes, sobretudo pelo seu recato em relação aos homens.

1.1.2 Televisão: informação e entretenimento com emoção

Assim como para Maria e para Josefina, a televisão se revelou um item de consumo indispensável para todas as mulheres associadas a esse perfil. Aparelho grande ou pequeno, modelos novos ou repassados por patrões, assistida em casa ou no trabalho, na cozinha, na sala ou no quarto de empregadas – para a maioria dessas mulheres, mais do que um meio de comunicação, a televisão se revelou uma companheira fiel e paciente para as horas de descanso e de lazer.

A transmissão da televisão aberta em São Paulo, em 2010, contava com oito canais principais³³. Paralelo a medição realizada pelo Ibope, os preferidos entre as trabalhadoras pesquisadas foram Globo, SBT, Record e Rede TV. Desses canais, as telenovelas, os telejornais e os programas de auditório foram os mais comentados.

Assim como Maria, muitas mulheres assistiam às telenovelas veiculadas pelas emissoras Globo, SBT e Record, todas na televisão aberta, atividade que pode ser realizada na própria residência ou na casa de trabalho. Neste caso, a telenovela pode ser assistida no quarto de empregada ou na sala de estar. Rosângela, de tanto assistir as telenovelas noturnas da Rede Globo com seus patrões, acabou por influenciá-los – atualmente seu patrão, um senhor da terceira idade que no passado desprezava essa programação, “*virou noveleiro*”, fato que é comemorado com graça por ela.

Assim como nesse caso, as telenovelas exibidas pela Rede Globo podem tornar-se “como que um léxico que rege a comunicação pública nacional, mediando as relações públicas e privadas” (Hamburger, 2005, p. 168). Isso porque ainda é um produto “policlassista”, que pode atingir diversos grupos sociais brasileiros, embora esse quadro

³³ São eles os canais Cultura, SBT, Globo, Record, Gazeta, RedeTV, Bandeirantes e MTV. A recepção desses canais varia com a antena e com a qualidade da transmissão.

venha se alterando com a maior segmentação do mercado. A importância da televisão como linguagem destacada na comunicação entre empregadas e patrões também foi sublinhada na pesquisa de Barros (2005; 2007). Segundo ela, “o material revelou como a conversa sobre os programas de televisão é um modo privilegiado de diálogo, troca de informações, julgamentos morais e aprendizagem entre os mundos das empregadas e de suas patroas” (Barros, 2007, p. 204).

Esse caráter de “léxico comum” que pode ser estabelecido por meio das telenovelas é mais significativo quando se trata da Rede Globo. As demais produções, sobretudo aquelas veiculadas pelas emissoras SBT e Record, dirigem-se a um público mais “popular” e, assim como demais produtos veiculados por essas emissoras, podem ser classificadas como “popularescas” pelos setores das classes médias e altas (Mira, 1995; Almeida, 2003). Sem saber, ou sem se importar com esse tipo de julgamento, diversas trabalhadoras afirmaram consumir, e eventualmente preferir, as telenovelas transmitidas pelo SBT e pela Record durante a pesquisa como *Ribeirão do Tempo*, *a História de Ana Raio e Zé Trovão*, *Maria Esperança*, *Pérola Negra*, *Maria do Bairro*, *Pícara Sonhadora*, entre outras.

Maria, que em 2011 estava empregada só dois dias na semana, podia assistir a *Maria Esperança* e *Pérola Negra* quase todas as tardes. Se dizendo muito “noveleira”, ela gostava especialmente das novelas do SBT, mais do que as da Globo, pois as novelas transmitidas por este canal estariam “*muito sem graça*”. Dava como exemplo da inadequação dessas tramas para seu gosto o caso da personagem Norma, interpretada por Glória Pires na telenovela *Insensato Coração* (que estava em exibição em janeiro de 2011 no horário das 21h pela Rede Globo):

O cara fez amizade com a moça pra roubar o dinheiro do patrão. Ai ela foi presa, inocente, que ela não roubou o dinheiro. E eles colocam uma novela dessa pra gente assistir? Eu não gostei dessa novela aí não. A coitada já foi lá pra trabalhar de diarista [auxiliar de enfermagem], o cara se aproxima dela pra falar que é o amigo dela, vai lá e rouba pra levar pra empresa. Essa novela aí não bateu não, não gostei não.

Maria estava ansiosa diante dos rumos da trama, sem saber que a personagem depois viraria o jogo e se tornaria rica. Entretanto, o traçado menos linear da novela (que posteriormente acabou transformando a personagem Norma em vilã) não lhe

agradava. Maria, ao contrário, estava preferindo a trama de *Maria Esperança* (exibida pelo SBT), pois como já tinha assistido antes, e devido a maior previsibilidade da história, já sabia que a protagonista era uma “pobretona” no começo mas logo iria viver uma bonita história de amor, seguindo o desenvolvimento mais óbvio e previsível da estrutura do melodrama (Xavier, 2003).

Os telejornais também eram consumidos por algumas trabalhadoras, embora outras os considerem especialmente desinteressantes (como foi enfatizado por Rosangela e por Maria). Seja os de estilo mais “sério”, veiculados pela Rede Globo ou pela Rede Record, ou os de estilo mais “sensacionalistas” como o *Brasil Urgente*, apresentado por Datena na Band em 2010, diversas trabalhadoras manifestaram grande interesse por essa programação, justificada pela necessidade de se informar sobre as notícias da cidade, do Brasil e do mundo. Também os programas dominicais, chamados de “revistas eletrônicas” exibidos pela Record e pela Globo foram mencionados. Sobre esse tema, a trabalhadora Ondina comentou comigo como, embora tenha deixado a escola no primeiro colegial, estava sempre informada das notícias e atualidades graças ao seu gosto pelos telejornais, além das telenovelas. Segundo ela, enquanto suas amigas “*eram meio burras*”, ela, em contrapartida, tinha “*dois excelentes professores chamados Fátima Bernardes e William Bonner*”, que a ensinavam muitas coisas todos os dias.

Em contrapartida, pelo que foi possível perceber, nenhuma trabalhadora lia qualquer jornal impresso em caráter regular. Bourdieu, em “Sobre a televisão”, comentou como muitas pessoas na sociedade francesa tinham na televisão fonte exclusiva de informação, gerando uma “divisão, em matéria de informação, entre aqueles que podem ler os jornais ditos sérios [...] e, do outro lado, os que têm por toda bagagem política a informação fornecida pela televisão, isto é, quase nada” (1997, p. 24). No universo pesquisado, os telejornais tornavam-se assim fonte de informação quase exclusiva de notícias, motivo pelo qual tendem a ser tratados por algumas trabalhadoras com muita seriedade.

Os programas de auditório também são vistos e admirados por diversas trabalhadoras, entre eles os dos apresentadores Silvio Santos³⁴, Faustão, Gugu, Rodrigo Faro e Raul Gil. Como observou Almeida (2003, p. 144), enquanto tais programas são

³⁴ Ao analisar o apresentador Silvio Santos, Mira (1995, p.53) assim o descreveu: “meio pai, meio amigo, ele frequenta os lares com uma intimidade que só se consegue após longa convivência. Ali, faz parte do riso, das brincadeiras e das bobagens que só se dizem em casa. Preenche, de forma significativa entre as classes populares, um espaço lúdico, onde entram o jogo, a música e a fantasia”.

desprestigiados pelo meio publicitário e pelas elites, os integrantes das classes populares que pouco discutem o “mau gosto” na televisão, são espectadores importantes dessa programação. Mira (1995) explicou como tais programas incorporam as tradições populares, criando uma espécie de “circo eletrônico”. Assim, apesar de apresentarem um formato antigo (advindo do rádio) e em muitos casos já desgastado, entre essas mulheres tais programas continuam gerando entretenimento e a possibilidade de agregar espectadores que não gostam de telenovelas, como filhos, maridos e outros parentes, sobretudo aos finais de semana. Esse é, por exemplo, o caso do marido da Maria – se nos demais dias ele vai direto do serviço para o bar, é aos domingos que eles compartilham a televisão, preferindo os programas do Silvio Santos.

Foi a empregada doméstica Lurdes que, em junho de 2011, me informou sobre a existência de um concurso intitulado “A Mais Bela Empregada Doméstica do Brasil” que estava ocorrendo no Programa Raul Gil (exibido pelo SBT aos sábados), um dos seus programas de auditório favoritos. O concurso apresentava a cada semana três belas empregadas domésticas das quais a ganhadora receberia o prêmio de 50 mil reais para si e 20 mil reais para a patroa que autorizasse sua participação no programa, abrindo sua residência para as filmagens da produção. Estimulada pela possibilidade de conversar com as empregadas domésticas que participavam do concurso, procurei a produção do SBT. Infelizmente não me foi permitido contatá-las. Em contrapartida, me ofereceram a oportunidade de assistir à gravação de um programa junto às “caravanistas”. As “caravanistas”, conforme aprendi nessa ocasião, são mulheres recrutadas pelos programas de auditório para selecionar em bairros de periferia jovens bonitas e animadas para compor a plateia. Na gravação do programa Raul Gil que participei havia quatro caravanistas, todas de bairros de periferia da zona leste de São Paulo, acompanhadas por cerca de 40 meninas, a grande maioria adolescentes de classes populares. Marli, uma delas, contou-me que o seu critério para seleção das jovens exigia que elas estivessem, na hora de entrar no ônibus, “*bem vestidas, maquiadas e no salto [alto]*”. E para que essas jovens “passem no teste” e sejam chamadas novamente é preciso demonstrar animação durante o programa. A participação dessas meninas é viabilizada pelo oferecimento de transporte e lanches por parte da produção. As jovens selecionadas, maquiadas e vestidas com roupas justas e provocantes, chegam ao estúdio de gravação fascinadas diante da possibilidade de aparecer na televisão. Ao longo do programa, estimuladas pelas animadoras de auditório que ficam no pé da plateia, gritam,

cantam, aplaudem e sorriem durante as 7 horas de gravação³⁵. Quando indaguei à caravanista Marli se ela sabia o porquê da produção dos programas de auditório do SBT exigir que elas selecionem apenas mulheres, Marli respondeu com obviedade: “*porque são programas muito femininos, né?*”.

Essa experiência de campo, embora frustrada em sua expectativa inicial, foi interessante pois me permitiu visualizar mais de perto a relação direta estabelecida entre jovens das classes populares e a televisão (os programas de auditório mais especificamente). Ao convocar essas jovens para compor a plateia, tais programas alimentam o desejo de “sucesso” na televisão e o fascínio por certos artistas³⁶. A experiência de campo também revelou como tais programas, tanto por parte da produção como por parte das mulheres que formam a plateia, são considerados “naturalmente” femininos e populares, havendo uma relação de afinidade entre tais esferas.

1.2 “Descoladas”

*I put gloss on my lips;
A man on my hips;
Hold me tighter than my Dereon jeans*
Beyoncé, música *Single Ladies (Put a ring on it)*

Certa vez, em novembro de 2010, fui convidada pela diarista Miranda para dormir em sua casa e assim conhecer algumas vizinhas que também trabalhavam como empregadas domésticas. Logo que chegamos fomos para a casa de sua colega, que todos os dias cuidava de sua filha enquanto ela trabalhava fora, onde diversas mulheres tomavam cerveja, conversando animadas. Identificada como uma jornalista que queria saber “*das empregadas da favela*” fui impelida a começar de imediato a pesquisa. Nessa situação, entrevistei as trabalhadoras Ana, Floriza e Marlúcia, numa conversa coletiva que durou algumas horas.

Floriza, empregada doméstica mensalista, na época com 45 anos, se encaixaria no perfil “romântica”, descrito acima. Nascida no interior do Piauí, começou a trabalhar

³⁵ Foi interessante constatar como as garotas na maioria das vezes reagiam antes mesmo de serem solicitadas pelas animadoras de palco. Qualquer cantor ou dançarino que entrava em cena elas automaticamente começavam a cantar em coro: “lindo, tesão, bonito e gostoso”, como se tivessem sido treinadas previamente para aquele momento.

³⁶ Ao analisar os programas de auditório do Silvio Santos no final da década de 1980, Mira descreveu um universo bastante parecido ao observado em 2011 no programa do Raul Gil: “seus auditórios estão lotados de moças que queriam ser misses, cantoras ou, pelo menos, “telemoças”” (1995, p. 53). Nesse sentido, é interessante sublinhar a permanência desse tipo de programa e do público que forma tais plateias.

“*em casa de família*” com 12 anos, motivo pelo qual deixou os estudos na quinta série do ensino fundamental. Mudou-se então para Brasília, onde conheceu o seu marido, baiano, de profissão vigilante, com quem teve dois filhos. Nessa conversa, Floriza contou que em matéria de consumo cultural só tinha tempo para a novela das 21 horas na Globo. Como saía de segunda à sexta-feira às 6h20 da manhã e só chegava em casa às 20h, tinha tempo apenas para *Passione*, telenovela transmitida na época a qual ela estava adorando (“*um mistério danado!*”). Apesar de não ouvir muito rádio, Floriza dizia gostar muito da banda de forró Calcinha Preta (ela apreciava muitas bandas de forró pois gostava de dançar), mas era mesmo “*apaixonada*” pelo Amado Batista.

Nesse ponto da conversa, Ana interveio rindo, já que ser “*apaixonada*” por Amado Batista era “*muuuuito brega*”, deixando Floriza um pouco constrangida. Ana, diarista de 26 anos, dizia que bom mesmo era música *black* ou *funk*. MarluCIA (empregada mensalista, 37 anos) entrando na conversa, dizia que de fato a “*moda*” era ouvir Beyoncé ou Lady Gaga e que quando chegasse a vez dela de “*responder*”, manifestaria sua preferência por essas duas cantoras *pop*. Floriza, ainda constrangida, perguntou: “*Lady quem?*”. E então revelou que nunca ouvira falar nessas artistas, que gostava mesmo era do Amado Batista, “*fazer o quê?*”. Percebi então que apesar de serem colegas, de terem a mesma profissão e viverem no mesmo bairro, possuíam *gostos* diferentes.

Dando continuidade à pesquisa pude perceber um corte sutil, porém importante, em relação ao consumo cultural entre as trabalhadoras que pesquisei. Assim, as mulheres que se encaixam neste segundo perfil possuem preferências culturais em muitos pontos semelhantes aos descritos no perfil anterior, tanto que o gosto pelo rádio e por músicos da moda incluindo o romântico, o sertanejo universitário e o forró podem ser comuns. O consumo de produtos televisivos como programas de auditório, telejornais e telenovelas também é semelhante, sendo mais apreciados por umas do que por outras. Porém, entre as escolhas culturais de algumas trabalhadoras pude notar uma preocupação específica em se afastar do que seria considerado mais restrito ao âmbito “popularesco”. Assim, ouvir exclusivamente determinadas estações de rádio mais populares como Capital AM (do Eli Corrêa) ou mesmo Nativa FM, ouvir apenas Amado Batista ou Roberto Carlos, ou assistir à telenovelas do SBT pode ser considerado “*brega*”, “*ultrapassado*” e “*fora de moda*”. No lugar, há a preocupação em demonstrar estar “*antenada*” com as novas tendências do universo *pop*, assim como apta a consumir produtos culturais importados – sejam eles músicas ou seriados

americanos – ou de maior “conteúdo”. Essas diferenças, acredito, estão em parte relacionadas a condicionantes sociais como geração, escolaridade ou origem social e caminham paralelas ao intento de ascender socialmente. Abaixo descrevo resumidamente a história de vida e as preferências culturais de duas dessas mulheres.

Ana é uma mulher bonita, falante, animada. Possui, porém, uma história de vida muito dura. Nascida em Belo Horizonte (MG), aos quatro anos viu a sua mãe ser assassinada, na sua frente, por uma vizinha. O pai desapareceu e ela, órfã, mudou-se para a casa dos avós em São Paulo. Nessa confusão, Ana também perdeu o contato com a sua irmã.

“Eu falo [...] era pra eu crescer uma pessoa revoltada. Você acha que era pra eu ter uma infância como? Não é fácil, eu fui criada com os meus avós aos trancos e barrancos.”

No entanto, em sua visão, as coisas acabaram dando certo. Na quinta-série do ensino fundamental conheceu o garoto que viria a ser seu marido. Nascido no Piauí, de profissão zelador, Ana contou que sempre foram amigos, tanto que vão “*pra balada*” quase toda semana. Juntos eles têm um filho pequeno. Com o seu apoio, ela conseguiu concluir o ensino médio. Em 2010, com 26 anos, conforme já descrito no capítulo um, Ana trabalhava como empregada doméstica, mas desejava mudar de profissão e ir para a área de enfermagem após concluir o curso técnico que cursava. Enquanto isso, trabalhava em dois apartamentos no mesmo prédio do marido, local onde eram “*queridos por todas as patroas*”. Porém, devido à profissão exercida, às vezes era vítima de preconceito:

“Uma vez uma colega minha do curso perguntou: você trabalha de que? Eu disse, de diarista. E ela: aff, eu não tenho coragem. Perguntei onde a amiga trabalhava. Numa firma. Como eu sou irônica, eu falei pra ela: quanto você ganha? E ela, quatrocentos e pouco³⁷. Sabe quanto eu ganho? Quase dois mil. E trabalho contente. E fora o dinheiro que eu ganho, e os carinhos? Eu trabalho e não sou humilhada, não, eles reconhecem. Tem uma patroa minha de quinta que todo dia ela deixa um bilhete com um coração, um boneco com um sorriso, e eu deixo os coração de volta pra ela, pros nenezinhos dela. Tem uma outra que a

³⁷ Esse diálogo foi gravado em 2010, quando o salário mínimo era R\$510,00.

gente dança o Rebolation³⁸, a gente brinca. Eu coloco o Creu, ishh, a gente se diverte!”

Ana já teve alguns problemas na profissão, como certa vez que uma patroa a reprimiu porque falava no celular sobre seu filho que estava doente, mas acredita que problemas existem em qualquer trabalho. Justamente por trabalhar em “*casa de família*”, conta que tem uma relação de confiança com muitos patrões, como nas vezes em que uma família de empregadores lhe emprestou dinheiro para quitar algumas dívidas. Além disso, frequentemente ganha desses patrões presentes como televisão, *smartphone* e máquina de lavar.

Ana afirmou que, em sua visão, não tem “*esse negócio de rico e pobre*” já que todas as pessoas são iguais. Assim, ela circula do mesmo jeito “*na favela e na Vila Olímpia*”. Como adora baladas, sobretudo as de *funk* ou *black*, afirma não fazer distinção entre esses dois tipos de locais, frequentando festas em ambos. Aos finais de semana, sai com o marido e com outros amigos para festas no bairro, vão para a casa noturna Santa Aldeia (na Vila Olímpia), às vezes vão a shows no Estância [Alto da Serra, em São Bernardo do Campo], entre outras opções.

Em matéria de música, Ana diz gostar de tudo, “*menos rock*”: “*curte*” os estilos “*country*”, “*pagodão*”, “*dance*”, ainda que tenha preferência por “*funk*” e “*black*”, identificando-se mais com esses dois estilos talvez pelo fato de ser negra. Como adora dançar, quando toca *funk* ela conta que se anima muito. Para ouvir músicas, além de frequentar festas e baladas, ouve rádio e às vezes coloca um Cd. Já no serviço, sintoniza preferencialmente na rádio Mix, embora às vezes varie, colocando na Metropolitana ou na rádio 89, todas na FM. Apesar de não assistir tanto à televisão por falta de tempo, em 2010, Ana gostava muito do seriado americano *CSI*, veiculado pela Record. Também gostava de assistir a filmes no DVD, sejam de ação ou de comédia com o marido ou mesmo os infantis com o filho.

Um fato revelador é a forte ligação que Ana tinha com o apresentador Gugu. Em 2007, vinte anos depois de ter perdido contato com a irmã, ela escreveu uma carta para o programa pedindo ajuda, iniciativa que resultou num “final feliz” por meio do encontro televisionado entre as irmãs. Quando fui a sua casa em 2012, tive a oportunidade de assistir com ela à gravação do quadro que participara, o que a fez chorar mais uma vez. Ela então contou que o quadro que protagonizou foi tão

³⁸ *Rebolation* e *Creu* são nomes de músicas de funk que faziam sucesso na época.

emocionante que reprisaram várias vezes, tanto que na época ela era até reconhecida no transporte público.

De maneira geral, Ana se considera uma “*vencedora*”, já que sua vida vem dando certo. Ela tem trabalho, tem um “*maridão*”, tem um filho. Um carro zero (modelo Renault Sandero) comprado com seu próprio salário. Embora morando na favela, tem uma casa charmosa, lilás, bem equipada com televisão, aparelho de som, máquina de lavar, todos “*presentes*” dos “*patrões que moram na cobertura*”, muito ricos e que por isso trocam sempre os eletrodomésticos deixando os anteriores para ela e o marido. Ana também se orgulha da sua aparência: um aplique muito bem cuidado nos cabelos em estilo *afro*, roupas da moda, maquiagem, sapatos de salto-alto. Como a maioria das contas fixas são financiadas pelo salário do marido, segundo ela, o dinheiro do seu trabalho “*é pra luxar*”.

Em quase todas as áreas de sua vida, Ana gosta de estar por dentro. Assim, do cabelo às roupas, da casa aos eletrodomésticos, dos programas de televisão ao estilo de música, Ana quer ser mais “*descolada*”, pertencendo ao que é considerado moderno e atual. Nesse sentido, se alinha com um perfil de empregada doméstica “*moderna*”, que se diz pessoalmente realizada e se esforça para ascender (trocando de profissão), apesar das dificuldades do dia-a-dia. E nesse cenário, constantemente constrói a sua própria imagem em referência a Beyoncé, cantora que se projeta como modelo da mulher estadunidense negra, bonita e poderosa. Quando a acompanhei num sábado de 2012 ao “*salão*” para se preparar para uma festa, solicitava à sua amiga e vizinha cabeleireira: “*quero os cachos da Beyoncé porque preciso arrasar!*”

Nascida na cidade de Iracema, no Ceará, Marlucia saiu da casa dos pais aos 12 anos porque “*queria aventura*”. Sua vontade era logo vir para São Paulo, já que tinha muita curiosidade de conhecer a capital. Porém, como veio com alguns primos, o sonho foi adiado e acabou indo parar na cidade de Matão, no interior do estado, onde já tinha outros parentes. Lá retomou os estudos até a sétima série, ano em que abandonou a escola porque estava “*muito difícil*” e ela “*não era incentivada*” pelos familiares. Foi então trabalhar numa lanchonete onde conheceu seu primeiro namorado. Aos 16 anos ela engravidou. Explorada por uma prima (que começou a querer o salário dela, além de obrigá-la a fazer os serviços da casa) e entristecida pelo relacionamento que não tinha dado certo, decidiu vir com a filha para São Paulo, encontrando-se com os irmãos que já residiam na capital. Trabalhou desde então como costureira, auxiliar de limpeza em

firma e em um hospital (atividade que ela “*odiou*”), além do trabalho em “*casa de família*”. Há 15 anos conheceu um primo, também do Ceará, com quem acabou casando e é o pai da sua segunda filha. Em 2011 ele tinha a profissão de polidor de navios. Juntos construíram uma casa onde vivem, na favela Pantanal, no Jardim Santa Terezinha. Apesar de gostar “*mais ou menos*” do bairro, Marlucia tinha orgulho de sua casa, que chama a atenção pela arquitetura que contrasta uma cozinha grande, repleta de armários brancos e eletrodomésticos novos, com dois cômodos pequenos e fechados que funcionam ao mesmo tempo como dormitórios e local para assistir à televisão.

Em 2010, com 37 anos, Marlucia, conforme já dito no capítulo um, trabalhava novamente como empregada doméstica. Antes desse serviço, havia ficado um tempo em casa, mas o dinheiro acabou apertando, o que a fez retomar a profissão. A patroa morava em um apartamento “*bem grande e bem chique*” e como não trabalhava, só andava de roupa de academia e comia muitos produtos light, uvas-passas na salada, “*muitas coisas diferentes*”.

Para acompanhar sua rotina de trabalho, Marlucia gostava muito de rádio: “*Mulher, por mim onde tiver um rádio eu já to ligando. E em casa eu tenho logo é dois*”. No trabalho sintoniza preferencialmente nas rádios Mix ou 89, mas às vezes mudava para a Tropical para “*ouvir um forrozinho*”. Explicou que tinha preferência pela Mix porque “*toca Lady Gaga, toca todos os cantores bons*”. Outro motivo era a patroa, também ouvinte dessa estação, incentivando-a a ligar o rádio para animar a casa, tanto que até comprou um aparelho novo. Conforme contou Marlucia, sua patroa “*também já está no ritmo da Mix*”. Seus estilos favoritos de música eram sertanejo, forró, black e internacional, enquanto suas bandas ou cantores favoritos do momento (2010) seriam Beyoncé, Lady Gaga, Aviões do Forró e Akon (“*aquele neguinho americano, sabe? Eu gosto demais!*”). Além do gosto pelo rádio, no dia-a-dia Marlucia gostava muito de assistir à televisão. Se esforçava para chegar cedo ao trabalho para então sair cedo e assim estar em casa a tempo de assistir à novela das 18h na Globo. Depois costumava assistir com o marido à trama das 19h e, depois, ao jornal. Já a novela das 21h, eles assistiam só à primeira metade porque logo desligavam para dormir. De final de semana, como Marlucia ficava muito cansada da rotina de acordar cedo, pegar ônibus lotados e trabalhar, ela procurava descansar. Nesses dias, assistia então aos programas dos apresentadores Gugu ou Faustão, alternando conforme a programação exibida em cada um. Quando se sentia mais animada, aproveitava os sábados para ir a alguma festa na favela (“*pancadão*”), ou os domingos para ir ao

shopping. Outro gosto de Marlucia, recente, era pela internet. Em 2012, ela trocou a rede social Orkut pelo Facebook, atualizando-se nessa nova moda virtual. Além da conversa com amigos, em seu perfil postava muitas mensagens com fotos, músicas ou discursos de autoajuda.

Em um encontro que tivemos em 2012, Marlucia revelou se sentir ansiosa porque via muitos conhecidos e vizinhos da favela comprando carros, reformando a casa – de maneira geral, ascendendo socialmente –, enquanto ela estava se sentindo “*meia parada*”. Porém, como naquele momento não via como “*mudar de vida*”, buscava consolo na “*vaidade*”, mantendo unhas impecáveis e usando sapatos de saltos-altos, tornando-se cada vez mais preocupada com sua imagem.

1.2.1 Para além da emoção, o glamour do *pop*

Assim como Ana e Marlucia, outras empregadas domésticas pesquisadas (Luzinete, Micheli e Adriana) afirmaram gostar de rádios classificadas pelo meio publicitário como “*jovens*”, entre elas as estações Mix, 89 e Metropolitana. Ainda que em muitos casos esse consumo seja conciliado com outras rádios, entre elas as “*populares*” descritas no perfil anterior, há por parte dessas mulheres a satisfação de saber que essas estações tocam músicas que estão fazendo sucesso entre outros grupos sociais, nacional e internacionalmente. Assim, embora o sertanejo universitário e o forró sejam consideradas atuais, apresentar algum conhecimento do universo *pop* internacional revela ser um sinal de atualização e distinção social.

A rádio Mix, a preferida de Marlucia (entre outras mulheres pesquisadas), reproduz músicas internacionais eletrônicas, *hip hop* e *black*, além de músicas nacionais da vertente pop-rock como as bandas Capital Inicial, Jota Quest, Charlie Brown Jr. Há também alguns programas de humor, entre eles um programa que Marlucia adorava intitulado “*Jackson Five – o motoboy mais irreverente*”. Assim como as rádios “*populares*”, tais emissoras “*jovens*” também investem nos diálogos diretos com o espectador e em promoções, levando os ouvintes para shows e premiando-os com camisetas, CDs e DVDs de artistas.

Divulgadas tanto por essas emissoras de rádio como por programas de televisão, ícones da cultura *pop* internacional como Beyoncé e Lady Gaga, além de outros cantores da *black music*, tiveram boa penetração entre algumas trabalhadoras pesquisadas, conforme exposto acima. Apesar de cantarem em inglês (nenhuma delas tem conhecimento desse idioma), esses artistas vendem uma imagem pública que

demonstra *atitude, poder e determinação*, explicitadas por meio do ritmo e da letra das canções, assim como dos modos de vestir e dançar divulgados em clipes. Constituem-se assim imaginários que dotam de sentido tudo que os cerca – a imagem, a cor, a personalidade, a história de vida –, processo similar ao *star system* de Hollywood (Almeida, 2007a). Tais aspectos, ao gerar admiração, contribuíam para a construção de uma identidade voltada para o consumo, a vaidade e a perspectiva de ascensão social. Nesse contexto, vale também sublinhar como o estilo *pop*, sobretudo o internacional, apesar de ser parte dessa mesma indústria cultural massiva, constitui-se como uma linguagem que, para ser consumida, demanda a incorporação de disposições específicas. E em geral, para além do prazer que gera nessas consumidoras, esse aprendizado é realizado em oposição às colegas que pouco conhecem desse universo.

1.2.2 Televisão sim, mas com “conteúdo”

Em relação à televisão, as empregadas domésticas relacionadas ao perfil “descoladas” demonstraram uma maior preocupação em gostar de programas menos associados ao âmbito popular, ainda que pairasse certa dúvida acerca do *status* dos produtos culturais disponíveis na televisão aberta.

A empregada doméstica Adriana, por exemplo, apesar de “*adorar*” televisão, buscou enfatizar que gostava especialmente de “*programas com conteúdo*”. Nascida em Pernambuco, migrou com 15 anos para São Paulo para trabalhar de doméstica, o que contribuiu para que ela deixasse os estudos na oitava série do ensino fundamental. No entanto, Adriana apreciava “*a informação, o aprendizado*”, valores que se esforçava para transmitir aos filhos. Nessa tentativa, reunia todas as noites a família para assistir ao Jornal Nacional e ao Fantástico aos domingos, ambos na Rede Globo, já que para ela televisão “*não é só pra ficar vendo filme e novela*”.

Dentre todos os apresentadores da Globo – sua emissora favorita – Adriana declarou especial carinho por Luciano Huck, quem ela considerava de caráter “*mais íntegro*” por realizar ações sociais em seu programa de auditório. Já a empregada doméstica Luzinete tinha como um dos seus passatempos preferidos para os sábados assistir ao programa de auditório *O Melhor do Brasil*, exibido na Record e apresentado por Rodrigo Faro. Embora tenha sido bastante comentado também entre outras trabalhadoras, o quadro “Dança gatinho” era o mais aguardado por Luzinete, já que o apresentador realizava *covers* de artistas internacionais consagrados como Michael Jackson, Madonna, Beyoncé e Shakira, gerando muitas risadas e diversão.

Adriana e Luzinete, apesar de valorizarem programas “*mais descolados*” ou “*com conteúdo*”, também gostavam de novela. Assim, de maneira similar às trabalhadoras “românticas”, assisti-las era um modo importante de se informar sobre outros universos, atualizando-se sobre modas e mesmo sobre questões políticas e sociais em pauta, ainda que de maneira superficial. Isso porque, conforme destacou Almeida, as novelas efetuam “o papel de uma vitrine, que familiariza o espectador com diversos estilos e modas” (2003, p. 168). Paralelamente, o fenômeno do “marketing social”, introduzindo temáticas sociais nessas tramas, tornou-se uma das principais características das telenovelas a partir dos anos 1990 (Hamburger, 2005). Já a trabalhadora Ana, em movimento similar ao consumo de certos filões internacionais do mercado musical, afirmava preferir os seriados norte-americanos a telenovelas, tanto que em 2010 estava acompanhando o *CSI – Crime Scene Investigation* (exibido pela Record), seriado de temática policial.

De maneira geral, o consumo como índice de status, embora também esteja presente nas mulheres associadas ao perfil anterior, aqui se revelou mais agudo. É possível inferir que há entre essas trabalhadoras mais “descoladas” uma maior preocupação em se atualizar, se informar, se modernizar, se cuidar – requisitos indispensáveis ao processo de ascensão social e à construção de identidades que acompanhem tais expectativas.

1.3 “Evangélicas”

*Toma-me, rendido estou
Aos pés da cruz me encontrei
O que tenho te entrego, oh Deus*
Aline Barros, música *Rendido Estou*

Os dados indicaram a importância da religiosidade entre a maioria das empregadas domésticas pesquisadas. Seja entre aquelas que se dedicam exclusivamente a uma determinada religião, seja entre as que cultivam uma espiritualidade mais sincrética (conciliando o catolicismo com outras crenças), a religiosidade foi um tema recorrente, incidindo diretamente também nas escolhas relativas ao consumo cultural. Vejamos resumidamente a trajetória de duas trabalhadoras que se autodeclararam evangélicas e orientam fortemente suas vidas em torno dessa identidade.

Quando conversei pela primeira vez com Ângela sobre seus gostos em matéria de música, televisão e lazer, ela ficou insegura e já me alertou “*eu só sei coisa de igreja*”. Filha de agricultores, Ângela nasceu em um povoado do município de Santa Luz, no interior da Bahia. Chegou a trabalhar na roça e, quando adolescente, mudou-se para Salvador, onde começou a trabalhar como doméstica, estudando só até a quinta série. Aos 17 anos veio para São Paulo com uma tia que já morava na cidade. Desde então vive no mesmo bairro, Jardim Jacqueline, perto de amigos e familiares oriundos da mesma região na Bahia.

Em 2010 com 32 anos, Ângela trabalhava em um apartamento na região da Avenida Paulista, onde executava os serviços gerais da casa e cuidava do filho da patroa desde que ele nasceu, há 11 anos: “*eu cuido do menino mas não ganho como babá, então eu não sou babá coisa nenhuma, eu sou empregada mesmo*”. Apesar de gostar da família empregadora, para Ângela o fato de não possuir Fundo de Garantia era uma das grandes desvantagens da profissão. Foi por esse motivo que tentou sair do emprego em 2011, porém desistiu quando o jovem chorou e implorou para ela ficar mais alguns anos. Ela acabou cedendo e em 2012 permanecia no emprego, alegando que sairia quando ele completasse 14 anos. A relação entre Ângela e “*o menino*” parecia bem intensa. Ela inclusive o levava para a sua casa quando a patroa viajava a trabalho (a patroa era proprietária de duas lojas de lingerie). Ângela contou que ele já estava acostumado e até gostava de dormir em sua casa, mesmo sendo na favela, frequentando também a igreja nessas ocasiões.

Ao conversar com Ângela, percebi logo que a experiência religiosa tinha lugar central em sua vida. Evangélica, frequentava desde 1999 a igreja Assembleia de Deus, em sede próxima de sua casa. Sua participação foi se intensificando com o tempo. Em 2012, além de assistir aos cultos todos os domingos e em algumas quintas-feiras, ela ensaiava no grupo de senhoras às quartas-feiras e, aos sábados, coordenava o grupo de canto para jovens. Frequentar a igreja não só orientava sua vida moral e lhe garantia uma rede de sociabilidade, como também influenciava diretamente suas escolhas de consumo e de uso do tempo livre. No que se refere à moda, Ângela vestia-se de acordo com os preceitos da igreja, não usando calças compridas há mais de uma década.

Em relação ao consumo de bens culturais, o corte em relação às mulheres não evangélicas pesquisadas era ainda mais evidente. Ângela não possuía televisão em casa, decisão que não decorria da falta de recursos, sendo orientada por uma escolha. Ela afirmou que quando teve o aparelho há anos atrás, quase não o assistia porque “*não*

passava nada que prestasse”. Além da preocupação com uma moralidade sexual, o excesso de violência veiculado a incomodava muito. Segundo ela, os telejornais até seriam interessantes por exibir notícias mas, na prática, “*só passavam morte e coisa errada*”. De vez em quando, quando ia à casa de sua vizinha, a também empregada doméstica Luzinete, sentava-se com as colegas e via alguma coisa, uma novela ou um programa de auditório aos finais de semana. Porém, “*pra ficar em casa, sentada, assistindo?*”, ela já não gostava mais. Já no serviço, em companhia do filho da patroa, ela acabava assistindo a algum programa, como o mexicano *Chaves*, exibido na época à tarde pelo canal SBT.

Ângela, quando estava em casa com o marido e a filha, ao invés da televisão, preferia atividades como conversar ou ver filmes no computador, mídia que lhe era mais simpática pois lhe permitia escolher o conteúdo. Ela mesma não sabia manejar a máquina, o que era feito por sua filha. Às vezes também utilizava o aparelho de som com a família, sobretudo para ouvir CDs de música, “*mas é só música evangélica*”. Dentre os seus cantores preferidos estavam Eliã Oliveira, Marcos Nascimento, Damares, Bruna Carla e Aline Barros, apreciando especialmente estas duas, já que cantava alguns de seus sucessos com o grupo de jovens.

Certa vez, perguntei a Ângela se o pastor da igreja orientava explicitamente para que os fiéis não consumissem programas e músicas que não fossem evangélicos. Ela disse que atualmente a prescrição era menos rígida, mas que no passado era clara. Tanto que hoje se sabia de muitos fiéis que ouviam “*uma ou outra musiquinha*” e ninguém falava nada. Porém, ela própria só ouvia músicas “profanas” pelos vizinhos e confessou ficar muito chateada quando ligavam o som alto, sobretudo quando colocavam funks com letras pornográficas – costume bastante frequente na favela onde mora.

Afora o trabalho e a igreja, Ângela relatou ter poucas opções culturais. Frequentou algumas poucas vezes uma pizzaria, foi duas vezes passear com a família no parque Ibirapuera e de vez em quando ia à lanchonete McDonald’s do Shopping Raposo Tavares, a poucas quadras de sua casa. Em relação ao cinema, em toda a sua vida foi apenas duas vezes, acompanhando a patroa e o filho, em uma sala na região da Avenida Paulista. Com a família nunca deu certo, pois além das salas serem longe, é um programa caro. Diante da perspectiva da abertura de salas de cinema no Shopping Raposo, “*talvez dê certo*”, apostou.

Anita trabalhava em 2010 na casa de um casal de empresários. Nascida no interior da Bahia, filha de lavradores, Anita estudou apenas até a terceira série do ensino fundamental. Aos 18 anos, mudou-se para São Paulo, acompanhada de um primo que já vivia na cidade. Morou em sua casa por três anos, até arrumar um emprego como empregada doméstica. O motivo da mudança para a capital foi a falta de opções em sua terra natal. Lá, segundo ela, não tinha trabalho, era “*um lugar muito, muito duro*”. Das suas memórias da região, destacou a dificuldade em todos os dias ter que buscar lenha, já que o dinheiro não era suficiente para comprar gás.

Anita já trabalhou em outras três casas de família, além de ter se empregado como operária em uma indústria de bicicletas e em uma fábrica de chaves. Em 2010, com 47 anos, ela afirmava ter gostado de “*todos*” os trabalhos que teve até o momento; para ela, Deus “*é bom*” pois sempre lhe arrumou “*ótimos patrões*”, muitos foram inclusive “*como pais*” para ela, permitindo-lhe ter uma vida financeiramente autônoma na cidade. Quando um dia lhe perguntei se pudesse escolher qualquer profissão, o que ela gostaria de fazer, disse que embora nunca tivesse pensando nisso, acreditava que seria “*doméstica mesmo*”. Porém Anita também tinha suas pequenas indignações, certa vez revelando achar muito injusto que algumas empregadas domésticas conhecidas suas recebessem apenas um salário mínimo.

Das suas quatro filhas, duas trabalhavam em São Paulo como empregadas domésticas, uma era dona de casa na Bahia e a outra ela nunca mais teve contato pois “*a menina é drogada*”. O pouco que ela sabe é que a filha vive na favela Paraisópolis.

Evangélica, frequentadora assídua da Igreja Deus é Amor, Anita direcionava sua vida para o trabalho e para a igreja. Divorciada, era na Igreja localizada em seu bairro, Jardim Herplin (Zona Sul), que encontrava integração e uma rede de sociabilidade. Assim, frequentava todas as noites a igreja. Era nesse espaço que mantinha uma intensa agenda de compromissos e viagens, aos finais de semana e nas férias. Afora a igreja, as opções culturais de Anita eram raras: nunca praticou nenhum esporte, nunca foi ao cinema, nunca foi ao teatro, nunca utilizou um computador, nunca fez qualquer tipo de artesanato, não gostava de revistas e inclusive não sabia o que era horóscopo, signo ou zodíaco. Nunca leu um livro que não a Bíblia. Em relação à televisão, assistia pouco. Anita contou não gostar de telenovelas e não se interessar muito por telejornais. Quando assistia, preferia programas de auditório, como o Silvio Santos. Já o rádio era ouvido de vez em quando, especialmente na estação 105,7 FM, evangélica. Nos dias de folga,

além de ir à igreja, cuidava dos afazeres domésticos, podendo então assistir a um pouco de televisão.

Nas férias de 2011, havia viajado para o interior de São Paulo visitar uns amigos que conhecera por meio da Igreja. Em casa, sozinha, Anita dizia ficar entristecida. Com o salário de R\$800,00 (em 2010) lhe sobrava pouco dinheiro para compras e supérfluos. Vestia-se de maneira simples, com saias e vestidos abaixo do joelho para sair e uniforme para trabalhar, obrigação que não lhe parecia ruim. Anita, na verdade, reconhecia não ligar nada para modas.

1.3.1 Igrejas pentecostais e os perigos das mídias profanas

Como vimos, Anita e Ângela, ambas frequentadoras de igrejas evangélicas pentecostais, revelaram certa aversão à televisão e às emissoras de rádio não religiosas, preferindo o consumo de cantores gospel e de emissoras de rádio evangélicas. Embora não tenha aprofundando a pesquisa em seus cultos, é bastante nítido que nesses dois casos a religião tem papel fundamental nas escolhas culturais realizadas no cotidiano.

Conforme demonstra a bibliografia sobre o tema, as igrejas pentecostais, em movimento oposto a algumas igrejas neopentecostais (como a Igreja Universal do Reino de Deus que é proprietária da TV Record³⁹), fazem uma distinção importante entre as mídias rádio e televisão. Especialmente a igreja “Deus é Amor”, frequentada pela empregada doméstica Anita, defende abertamente que seus fiéis se afastem desta mídia, relacionada aos perigos do mundo secular. Campos (2004) chamou atenção para esse ponto destacando como “a Igreja Pentecostal Deus É Amor faz críticas constantes à TV e proíbe os seus seguidores de possuírem aparelhos receptores em casa, embora essa igreja empregue maciçamente cadeias de rádio para pregar a sua mensagem de milagres e exorcismo” (Campos, 2004, p. 155). No jornal veiculado por essa igreja, intitulado “O testemunho”, encontrei um apelo que deixa claro o posicionamento da instituição:

[...] para recebermos o Espírito Santo temos de esquecer o mundo, o pecado, os programas mundanos das rádios, a televisão, o modernismo pecaminoso, as músicas de ritmos profanos do meio evangélico e secular, as vaidades, as festas pagãs, a

³⁹ Infelizmente nenhuma das empregadas domésticas que participaram da minha pesquisa frequentavam a IURD, o que poderia ter gerado um contraponto interessante para a análise.

concupiscência do mundo e da carne. Enquanto o ser humano não fizer isso, é impossível receber o Divino Espírito do Senhor⁴⁰.

Apesar de não encontrar nenhum apelo similar na bibliografia específica ou no site da Assembleia de Deus, olhando para a experiência de Ângela é possível inferir que essa instituição também deve fazer um forte apelo para que seus fieis controlem o consumo de televisão, rádios e músicas não evangélicas.

Embora os casos de Anita e Ângela sejam especialmente ilustrativos, outras trabalhadoras “evangélicas” também afirmaram durante a pesquisa consumir apenas produtos religiosos, demonstrando uma especificidade importante no que se refere ao consumo cultural. A babá Adecina (frequentadora da Igreja Adventista), apesar de possuir televisão tanto no quarto de empregada onde dormia, como em sua casa, também garantia que praticamente não a utilizava. No serviço, optava por ler a bíblia e, nos dias em casa, preferia “*jantar tranquilamente*” com seu marido e filhos, conversar e depois ir dormir, sem precisar ligar a televisão.

Como enfatizou Campos (2004), apesar do afastamento de algumas igrejas evangélicas da televisão, muitas dessas instituições construíram no Brasil uma forte ligação com o rádio – relação bem visualizada no caso da rádio 105,7 FM, a preferida de Anita. Também a trabalhadora Maria da Conceição, apesar de não frequentar assiduamente nenhuma igreja evangélica, ouvia muito a rádio Morada do Sol (640khz – AM), a qual veiculava o programa religioso “Deus é Amor”.

Já a música gospel – consumida tanto pelas empregadas domésticas evangélicas como por algumas católicas pesquisadas – constitui um fenômeno ainda mais abrangente, alcançando milhões de consumidores no Brasil. Segundo Cunha (2004), o movimento gospel se intensificou no país a partir da década de 1990, alavancado pelas demandas do mercado e pela profissionalização do segmento, o que incluiu rádios e gravadoras especializadas por todo o país. A cantora Aline Barros, por exemplo, muito apreciada pela empregada doméstica Ângela, já havia vendido mais de um milhão de discos, realizando uma ponte importante entre os mercados religioso e secular ao construir sua imagem como um “instrumento de Deus” em versão *pop* (Cunha, 2004, p. 149).

⁴⁰ Jornal “O Testemunho” (março de 2010). Disponível em <http://www.ipda.com.br/nova/jornal/marco2010.pdf>

Nesse contexto, mesmo mulheres associadas aos perfis anteriores também consumiam músicas gospel. Cito o exemplo de Janaína – empregada doméstica que rejeitava os preceitos evangélicos por considerá-los desonestos na cobrança do dízimo, mas que havia comprado DVDs piratas de cantores gospel para ouvir em casa com seu neto. Já a trabalhadora Ana, apresentada no perfil das “descoladas”, revelou que apesar de toda a sua agitação, naqueles dias em que acordava com “*uma angústia no peito*” preferia colocar algum cd de música evangélica para começar o dia “*mais sintonizada com Deus*”.

2. Gênero, classe e cor na composição dos perfis

Apesar das diferenciações internas, de maneira geral, as trabalhadoras domésticas pesquisadas tinham acesso a um leque semelhante de opções culturais, composto pelos produtos mais populares no interior da indústria cultural, sejam eles nacionais ou internacionais, religiosos ou não. Nesse sentido, bens culturais associados à “alta cultura” não fizeram parte desse universo: a “alta” literatura, as artes visuais ou mesmo o cinema “de autor”, por exemplo, eram *gostos* improváveis no contexto pesquisado. Sem ir muito longe, mesmo músicos populares brasileiros mais cultuados pela crítica como Caetano Veloso ou Chico Buarque não foram mencionados na pesquisa. Entretanto, verifiquei que algumas atividades culturais mais prestigiadas podem ocorrer esporadicamente, como a citada visita de Janaina a uma exposição na OCA ou a vez em que Luzinete foi assistir a uma peça de teatro no CEU Butantã.

A similaridade de opções culturais, no entanto, não quer dizer que, como em qualquer sistema cultural, não existam os produtos mais ou menos bem aceitos, conforme a classificação “nativa”. Nesse sentido, enquanto certos cantores, admirados ou não, são considerados “bregas” (questão bem ilustrada com o caso de Amado Batista), conhecer e gostar de algumas músicas internacionais (como Beyoncé) pode ser um sinal de distinção nessas relações, conforme destaquei acima.

Se, como vimos, tais distinções operam num nível horizontal – entre as próprias empregadas domésticas – também operam em nível vertical, inclusive na relação com patroas e patrões. Nesse contexto, é importante frisar que diversos produtos da indústria cultural cumprem o importante papel de “mediadores”. Barros (2007) e Hamburger (2005) já chamaram a atenção para o estabelecimento de uma linguagem comum entre empregadas domésticas e patrões por meio das telenovelas da Rede Globo. O caso da empregada doméstica Rosângela, discutido anteriormente, ilustra essa relação. Também

no caso de Marlucia, a emissora de rádio preferida funciona como um canal importante de aproximação com a sua patroa. Mas se tais exemplos apontam para a centralidade desses produtos da indústria cultural como pontes de comunicação entre diferentes posições sociais, processos de distinção e diferenciação também operam a todo o momento (Bourdieu, 2007). Assim, entre Ana dançar um *funk* de brincadeira com a sua patroa recém-chegada de Miami na sala, e convidá-la para ir ao “pancadão” da favela Pantanal onde mora, há um distanciamento social muito grande, que deve ser destacado.

Perpassando os três perfis, critérios raciais e de gênero também são relevantes para a compreensão desse universo. Ainda que haja por parte da televisão um esforço recente de valorizar artistas negros, as mensagens dominantes continuam a priorizar a beleza da mulher clara e de cabelos alisados (Araújo, 2004), tendência que reverbera na imagem ideal que muitas trabalhadoras constroem de si. Em campo, em 2011, vivenciei uma cena triste nesse sentido: a filha jovem da trabalhadora Maria chegando em casa com um capuz na cabeça, tentando esconder seus cabelos que haviam caído de tanto passar produtos alisadores. Porém, contra a tendência de algumas trabalhadoras negras ou pardas de se classificarem como “morenas”, reforçando a tese de que a autoclassificação racial no Brasil tende ao branqueamento (Nogueira, 1998), Ana foi a única interlocutora que discutiu abertamente a questão comigo, demonstrando levar positivamente em conta a sua cor negra na construção de sua identidade. O seu gosto por música *black* e sua apreciação pela cantora Beyoncé contribuíam para a sua autoimagem de “*preta espalhafatosa*”, construída com vaidade e confiança.

As clivagens de gênero também se mostraram relevantes. Em oposição ao papel que o futebol pode ocupar entre os homens das classes médias e baixas, a maioria dos produtos discutidos acima (mesmo os religiosos) dialogam com o universo da emoção, âmbito tradicionalmente associado ao feminino. Ainda que também sejam consumidos por homens e crianças, não é por acaso que os produtores de telenovelas e de campanhas publicitárias elegem o público feminino enquanto consumidores e espectadores ideais (Almeida, 2003; Hamburger, 2005). Como se trata de uma variedade grande de produtos consumidos, não é possível generalizá-los, mas por meio de uma visão panorâmica parece que se, por um lado, tais bens culturais veiculam mensagens que podem reforçar a “naturalização” de certos papéis, também podem indicar novos modelos de feminilidade. De cantoras que “batalharam” suas carreiras constituindo-se como mulheres independentes a heroínas ficcionais que se divorciaram e deram “a volta por cima”, liberando-se de maridos violentos e “encostados”, o

universo da indústria cultural comporta uma grande variedade de tipos femininos (Gledhill, 1988; Almeida, 2003).

3. Cultura “de massa” e a construção social do gosto: notas para um debate

Muito se tem debatido sobre a produção e o consumo massivo de bens culturais. Processo conhecido como “comunicação de massas”, “cultura popular-massiva” ou “indústria cultural”, entre outros termos, no âmbito acadêmico o debate constantemente oscila entre a compreensão da problemática ora como um processo de democratização da cultura, ainda que ambíguo, ora como um processo de alienação da mesma diante da perda de sua autonomia⁴¹.

De maneira geral, para estudar o consumo aqui apresentado parti do pressuposto teórico de que existem correlações entre padrões de gosto (socialmente construídos) e posições sociais, conforme destacado por Bourdieu. Assim, segundo este autor, “à hierarquia socialmente reconhecida das artes – e, no interior de cada uma delas –, dos gêneros, escolas ou épocas, corresponde a hierarquia social dos consumidores. Eis o que predispõe os gostos a funcionar como marcadores privilegiados da ‘classe’” (Bourdieu, 2007, p. 10). Porém, ao esquadrihar a sociedade francesa da década de 1970, o autor adotou uma posição bastante crítica em relação ao consumo popular, afirmando que a cultura que lhe caracterizava era, no fim das contas, uma “forma sutil de alienação”. Isso porque, na relação das classes populares com as classes dominantes, haveria uma correlação entre o universo da cultura e o universo do trabalho: em ambos os casos, os integrantes das classes populares estariam excluídos da propriedade dos instrumentos de produção e, simultaneamente, dos instrumentos de apropriação simbólica (1983, p. 100). Assim, para Bourdieu, a cultura urbana das classes populares ficaria desprovida de valor em si⁴².

Adotando essa posição como referencial, ao analisarmos o consumo cultural aqui apresentado, poucos seriam os produtos que cumpririam a função questionadora e crítica atribuída a uma “cultura” genuína, conforme idealizada por Bourdieu (1997) ou mesmo por Adorno (1968). Porém, em paralelo às críticas realizadas, e conforme já discutido, no caso das empregadas domésticas pesquisadas o gosto pelos produtos

⁴¹ Entre alguns autores que problematizam a temática, poderíamos citar as obras de Canclini (2008), Martín-Barbero (2009) e De Certeau (2012) mais alinhados à primeira opção e Adorno (1968) e Bourdieu (1997), à segunda.

⁴² Em *A Distinção*, Bourdieu afirma: “Quanto às classes populares, sua única função no sistema de tomadas de posição estéticas é, certamente, a de contraste e ponto de referencia negativo em relação ao qual se definem, de negação em negação, todas as estéticas” (2007, p. 58).

culturais “massivos” torna-se muitas vezes uma fonte quase exclusiva de entretenimento e informação. Seja pela falta de recursos, de acesso à educação ou de motivação, seja pelo estilo de vida adotado, o leque de produtos culturais aos quais muitas dessas mulheres têm acesso não é amplo, resultando na atribuição de uma grande importância ao rádio ou à televisão.

Tal fenômeno, claro, não é exclusivo do contexto brasileiro. Em pesquisa sobre o consumo cultural na Cidade do México, Canclini (1999) comenta como os moradores das regiões periféricas, sobretudo aqueles das camadas baixas, raras vezes saiam de seus bairros para realizar programas culturais propriamente ditos. Ao contrário, optavam por ficar em suas comunidades, em geral acompanhados pelo rádio, pelo vídeo ou pela televisão. Para além das diferenças de “capital social” dos consumidores populares, o autor chama a atenção para a dificuldade de acesso às instalações culturais públicas numa “cidade hostil”, marcada pela insegurança, pelas longas distâncias e por um trânsito caótico (1999, pp.78-79). Se os trabalhadores já gastam longas horas para se dirigir todos os dias ao serviço, porque aos finais de semana cruzariam a cidade em busca de “cultura”, ao invés de descansar?

O paralelo com a cidade de São Paulo é evidente. Nesta cidade, os equipamentos culturais “clássicos” (museus, bibliotecas, centros culturais) estão concentrados nas zonas nobres (Botelho, 2006). Considerando a dificuldade de deslocamentos físicos, “o uso de equipamentos culturais se convertem, cada vez mais, em direito e privilégio das classes com maior poder aquisitivo” (2006, p. 4)⁴³. Para além das dificuldades físicas, Botelho também chama a atenção para as barreiras simbólicas que afastam a população de menor escolaridade desses espaços, mobilizando as pesquisas de Bourdieu sobre esse campo.

No entanto, nesse debate, a própria ideia de “inclusão cultural” pode ser reavaliada. Ao analisar a recente e diversificada produção cultural oriunda das periferias de diversas regiões do Brasil, Vianna (2006) destacou como essa ideia parte do pressuposto de que o centro teria aquilo que falta à periferia; esta, em contrapartida, não seria capaz de produzir cultura, tecnologia ou economia. Segundo Vianna, “é como se as novidades tecnológicas ou culturais chegassem exclusivamente pelo centro, ou fossem criadas no centro, e lentamente se espalhassem – à custa de muito esforço

⁴³ Nesse mapa dos equipamentos culturais da cidade de São Paulo, Isaura Botelho destaca a importância de centros culturais privados como o Sesc e dos cinemas localizados dentro dos shoppings centers para o acesso da população que reside nas regiões periféricas (Botelho, 2006, p.10).

civilizatório – em direção à periferia” (2006, p.6). Como contraponto, o antropólogo cita, entre outros exemplos, a produção de ritmos como o tecnobrega paraense, o funk carioca e o arrocha baiano, que recentemente têm sido apropriados pelas indústrias fonográfica e televisiva.

Em campo, essas questões apontadas se revelaram contundentes. Para mim, foi interessante descobrir uma variedade de cantores e ritmos que eu nunca tinha ouvido falar, mas que constituíam linguagem comum em rodas de conversas. Só para citar um exemplo, certa vez a empregada doméstica Luzinete (citada no perfil das “descoladas”) contou que durante anos sonhou em ser “dançarina de arrocha”. Quando perguntei o que era “arrocha”, ela e suas colegas riram pois a questão lhes parecia óbvia – tratava-se de um ritmo muito tocado e dançado nos bailes que frequentavam.

Essa discussão indica também a necessidade de frisar que esses termos “indústria cultural” ou “cultura de massa” reúnem uma gama de produtos culturais muito diversos, afinal, quase todos os bens culturais contemporâneos se relacionam com essa indústria e todas as pessoas são, em alguma medida, seus consumidores. No universo de pesquisa aqui analisado, encontra-se tanto a cultura produzida na periferia, como aquela produzida pelos grandes conglomerados do entretenimento, nacionais e internacionais. Porém, tanto num polo como no outro, há em comum a posição que os produtos mais consumidos ocupam na “hierarquia” dos bens culturais. Se para muitos integrantes das classes médias e altas alguns desses produtos são assimiláveis – como as novelas exibidas no “horário nobre” pela Rede Globo, vide o recente sucesso de *Avenida Brasil* (2012, 21h) –, tanto o ritmo “arrocha” como o programa do apresentador Raul Gil (SBT), por exemplo, são rapidamente classificados como cultura de baixa qualidade.

Ao observar essa problemática por meio de uma perspectiva etnográfica, surgem então novas questões além das já elencadas no início deste capítulo: Porque os produtos culturais mais desvalorizados apresentam tanta penetração no meio social em que as trabalhadoras pesquisadas são recrutadas? Quais os critérios que elas próprias mobilizam para conferir qualidade ou legitimidade a um produto? Embora não seja o meu objetivo trazer respostas a questões, mais alguns pontos podem ser levantados para o debate.

Conforme a análise desenvolvida por Bourdieu em *A Distinção*, o “gosto”, mais do que um atributo individual e subjetivo, cumpre socialmente uma função

classificadora: “os sujeitos sociais distinguem-se pelas distinções que eles operam entre o belo e o feio, o distinto e o vulgar; por seu intermédio, exprime-se ou traduz-se a posição desses sujeitos nas classificações objetivas” (Bourdieu, 2007, p.13). Ao tratar do “gosto popular”, o autor afirma que este varia em razão inversa ao capital escolar. E embora seja predominante nas classes populares, também poderia ser encontrado entre outras camadas sociais (2007, p.21). A constituição desse “gosto” depende de uma série de espaços sociais – família, escola e profissão – que incentivam e fortalecem tudo aquilo que é tido como aceitável naqueles meios e desqualificam o que não é (2007, p. 82)⁴⁴.

Conforme a análise realizada, as empregadas domésticas pesquisadas compartilham características sociais comuns – famílias pobres, residência nas periferias, migração primária ou secundária, baixo capital cultural. Trata-se um legado histórico, que remete à tradicional e profunda desigualdade social brasileira, apesar de algumas transformações recentes. Assim, diante de um Estado deficiente que ainda negligencia assistência básica aos mais pobres, mesmo nos casos em que uma trabalhadora consegue completar o ensino médio (Ana, por exemplo) tal ensino é bastante falho e não garante aptidões básicas como as capacidades de escrever, ler e interpretar textos simples⁴⁵.

Ao contrário, é a experiência social de “ser massa” que predomina na vida dessas mulheres: do sistema de saúde aos transportes; do sistema de ensino básico ao ensino superior, em geral é nessa chave que os integrantes das classes populares se relacionam com muitos dos serviços públicos e privados. Martín-Barbero, ao refletir sobre esse processo, que ocorre paralelamente em toda a América Latina, comenta como “*massa* designa, no movimento da mudança, o modo como as classes populares vivem as novas condições de existência, tanto no que elas tem de opressão quanto no que as novas relações contém de demanda e aspirações de democratização social” (2009, p. 174). Com a “cultura”, na maioria dos casos vistos, não é diferente. Distantes da experiência burguesa do “exclusivismo”, a experiência enquanto consumidoras de “massa” se dá sem crises de consciência, apesar das distinções internas ao grupo. Nesse

⁴⁴ Pelas palavras de Bourdieu, “A competência específica (na música clássica ou jazz, no teatro ou no cinema, etc) depende das possibilidades que os diferentes mercados – familiar, escolar, profissional – oferecem, *inseparavelmente, para seu acúmulo, implementação e valorização*, ou seja, do grau em que favorecem a aquisição desta competência, prometendo-lhe ou garantindo-lhe lucros que são outros tantos reforços e incitações para novos investimentos” (2007, p.83, grifos do autor).

⁴⁵ Ao ajudar Ana a verificar uma vaga de trabalho como técnica de enfermagem disponível na Internet, pude verificar sua severa insegurança, apesar do ensino médio completo, diante da língua escrita.

sentido, as empregadas domésticas pesquisadas – com pouco capital cultural, oriundas de espaços sociais que legitimam tais produtos, e ao não priorizarem a construção de um “espírito crítico” – tornam-se alvo preferencial dos produtos mais populares do mercado de bens culturais, sejam eles ritmos criados na periferia ou novelas mexicanas dubladas, por exemplo.

Entretanto, compreendê-las apenas pela perspectiva da passividade, como “presas” da indústria cultural, não é suficiente num contexto etnográfico (De Certeau, 2012). É preciso atentar também para o fato de que tais produtos, em alguma medida, *fazem sentido* e dialogam com seus consumidores e consumidoras.

Assim, Martín-Barbero, para estudar a cultura popular-massiva urbana sem cair em identificações maniqueístas, sugere a sua compreensão por meio da noção de uma *trama* que entrelaçaria “submissões e resistências, impugnações e cumplicidades” (Martín-Barbero, 2009, p. 268). Nessa direção, enfatiza como tais produtos culturais podem fazer sentido para seus consumidores porque, entre outros aspectos, ativam matrizes culturais historicamente importantes ao universo popular. Assim, produtos como a literatura de cordel, os folhetins, as músicas românticas e os melodramas compartilhariam elementos como a ênfase na oralidade e na repetição.

A análise pioneira de Richard Hoggart sobre a cultura de massa consumida pelo proletariado inglês da década de 1940, apesar de nostálgica, aproxima-se dessa perspectiva. Hoggart demonstra como o fato das canções preferidas pelos operários serem muitas vezes repetitivas e simples, não as impediam de gerarem sentidos no ato de seu consumo. Como observou o autor:

Um “coração sensível” é talvez piegas e sentimental, mas não é coisa para desprezar. A maioria dessas canções, nas letras, nas melodias e na maneira como são cantadas, constituem a expressão de um “coração sensível”. Tocam velhas teclas, referem-se a valores que continuam a ser aceites. A vida lá fora, a vida da segunda-feira é muito dura: mas, “ao fim e ao cabo” são estes os verdadeiros sentimentos. As canções contribuem para alegrar e encorajar os seus ouvintes, e os sentimentos que exprimem permanecem ocultos num cantinho da memória, durante uma semana de trabalho muito terra a terra e da qual está ausente o sentimentalismo (Hoggart, 1957, p. 201)

Cotejando essas hipóteses com perspectivas similares levantadas por outros autores, ao olhar para o material empírico aqui apresentado, parece-me que se destacam

três aspectos relacionados aos *sentidos* que essas mulheres atribuem a seus produtos culturais preferidos: conhecimento do mundo, identificação e prazer.

Entre as empregadas domésticas pesquisadas, o rádio e a televisão (e o computador de maneira ainda incipiente), remediavam a necessidade objetiva de *conhecer e se informar sobre o mundo*, muitas vezes cobrindo carências educacionais graves deixadas pelo sistema educacional precário. Embora os programas de notícias cumpram essa função de maneira mais direta ao proporcionar algumas informações sobre direitos e cidadania, também as músicas e telenovelas podem significar canais indispensáveis para se acessar e conhecer o mundo dos sentimentos e do consumo (Almeida, 2003; Abu-Lughod, 2003). De maneira similar, Ecléa Bosi (1972), em trabalho sobre preferências de leituras entre operárias realizado na década de 1970, revelou como, apesar do pouco acesso à cultura escrita, aquelas trabalhadoras valorizavam revistas e livros tanto enquanto fontes de distração e evasão, como enquanto fontes importantes de informação e conhecimento.

Nesse consumo, processos de *identificação* também podem ocorrer. Seja pela origem social igualmente “humilde” do cantor preferido, seja nas tentativas de ascensão social vividas por mocinhas pobres porém belas de algumas telenovelas⁴⁶, as mídias de massa proporcionam a essas mulheres elementos de um universo simbólico familiar que permitem um espelhamento, refletindo suas próprias experiências. Assim, conforme destacou Stuart Hall, se as formas comerciais de cultura popular “não são puramente manipuladoras, é porque, junto com o falso apelo, a redução de perspectiva, a trivialização [...], há também elementos de reconhecimento e identificação” (2009, p. 239).

Para além desses dois aspectos (conhecimento e identificação), no consumo do programa preferido de rádio ou televisão também há *prazer* envolvido. Assim, para além de seu aspecto meramente comercial, tais produtos se comunicam em alguma medida com as expectativas de seu público. Nessa chave, no caso das empregadas domésticas pesquisadas, a emoção vivida com as histórias narradas nos programas de leitura de cartas ou o gosto por cantar acompanhando no rádio a voz romântica do cantor preferido são atividades que se explicam, e se *justificam*, pelo prazer e pela emoção que proporcionam à vida cotidiana. O trabalho de Beatriz Sarlo sobre a

⁴⁶ Almeida destaca como a identificação com os personagens das telenovelas também pode ocorrer pela situação vivida. Assim, uma mulher pobre pode se identificar com a situação familiar complicada de um personagem masculino e rico, por exemplo.

literatura romântica argentina da década de 1920 pode ser elucidativo nesse sentido⁴⁷. A autora demonstra como apesar dessa literatura demandar pouco de seus leitores e leitoras, em troca, oferecia muito: “o prazer da repetição, do reconhecimento, do trabalho sobre matrizes conhecidas”⁴⁸.

Antes de concluir este capítulo, arrisco mais uma hipótese sobre o consumo cultural aqui analisado, partindo de outra experiência advinda do trabalho de campo. Quando assisti à gravação de um episódio do Programa Raul Gil, conforme experiência brevemente descrita acima, um dos quadros principais do programa, intitulado “Jogo do Banquinho⁴⁹”, contou com a participação especial de todas as mulheres-fruta que faziam sucesso: mulher-pêra, mulher-melão, mulher-melancia, entre outras, exibindo seus respectivos dotes físicos. Incomodada com o tom do debate encenado pelas artistas e refletindo sobre a bibliografia acima discutida, naquele momento me parecia óbvio que aquela representação pouco poderia contribuir para qualquer forma de reflexividade ou mesmo para o entretenimento das espectadoras da plateia que, como eu, estavam atentas ao espetáculo. Ao contrário, eu não conseguia ver nada mais do que uma estética inapropriada, com brincadeiras e piadas sexistas, forçadas e até violentas.

No entanto, foi preciso perceber-me como um peixe fora d’água naquela plateia para concluir que seria difícil realizar uma análise neutra das cenas que presenciava. O que ficou claro para mim a partir daquele momento é que, entre um polo e outra da interpretação desses dados, torna-se muito difícil delimitar as fronteiras entre o que é *preocupação social e pedagógica*⁵⁰ do que é *preconceito* pelo baixo status associado a tudo o que cerca esses produtos: conteúdo, produtores e, principalmente, consumidores. Acredito, assim, que é sobre o prisma dessa *contradição* que tais bens culturais devem ser lidos e interpretados.

⁴⁷ Também Gledhill (1988) chama a atenção para a dimensão do prazer envolvida nos processos de negociação de sentidos que ocorrem entre espectadoras de produtos culturais midiáticos.

⁴⁸ Ela complementa a frase: “Hoy consideramos estos placeres casi ajenos al arte, pero es innecesario mencionar que una buena parte de la literatura “cultura” fue escrita, en el pasado, mediante la reiteración de lo conocido” (Sarlo, p.22).

⁴⁹ O quadro é sempre acompanhado por uma música, a qual todos – plateia e convidados – sabem de cor e cantam quando o convidado erra a pergunta feita pelo apresentador: “O Raul perguntou, você não respondeu, pegue o seu banquinho e saia de mansinho!”.

⁵⁰ Ao questionar a passividade do consumidor, De Certeau comenta essa primeira opção: “Até os protestos contra a vulgarização/vulgaridade da mídia dependem geralmente de uma *pretensão pedagógica* análoga: levada a acreditar que os seus modelos culturais são necessários para o povo em vista de uma educação dos espíritos e de uma elevação dos corações, a elite impressionada com o ‘baixo nível’ da imprensa marrom ou da televisão é postulada sempre que o público modelado pelos produtos que lhe são impostos” (2012, p. 237, grifos meus).

Capítulo Três.

Espelho mágico: *Cheias de Charme* e as representações de empregadas domésticas na televisão

Mulheres de classes populares, empregadas domésticas entre elas, constituem público importante para as telenovelas. Quando espectadoras, são fiéis e interessadas, interpretando as tramas e dialogando cotidianamente sobre os folhetins. No outro polo, desde o início da produção das telenovelas brasileiras, personagens de empregadas domésticas estiveram presentes. Desde o início da pesquisa, interessei-me por esse espelhamento: como empregadas domésticas representavam e interpretavam empregadas domésticas – as “reais” *versus* as “ficcionalis” e as “ficcionalis” *versus* as “reais”. Parecia-me que essa perspectiva era chave para elucidar uma das questões centrais desta pesquisa, a saber, a relação entre empregadas domésticas, consumo e mídias do ponto de vista da produção e reprodução simbólica de hierarquias e desigualdades sociais.

Embora eu tenha me esforçado para apreender a questão desde o início do trabalho de campo, mostrando fotos de personagens marcantes e tentando estimular conversas sobre o assunto, foi com a transmissão da novela *Cheias de Charme* (Globo, 2012, 19h30) que tal objetivo ganhou força na pesquisa. A partir da estreia, a temática imediatamente repercutiu entre as mulheres pesquisadas e o termo “empreguete” disseminou-se rapidamente. Ao narrar a história de três empregadas domésticas que se tornaram cantoras de sucesso, ascendendo socialmente, o folhetim abordou temas como trabalho, consumo e mídias, tornando-se um *hit* e conquistando audiência importante para o horário das 19h.

A partir de então, intensifiquei o contato com as mulheres pesquisadas que mais se interessavam por telenovelas e passei a, periodicamente, entre abril e setembro de 2012, assistir conjuntamente a essa programação em suas casas ou a conversar sobre a trama e seus desdobramentos.

Em texto clássico para os estudos de mídia, intitulado “Codificação/Decodificação”, Stuart Hall ([1980] 2003) reformulou o modelo linear da comunicação de massa enfatizando a interligação entre seus diferentes momentos: produção, circulação e recepção. Grosso modo, seria possível reconstituir o processo de

comunicação televisivo iniciando pela produção (Hall, 2003). Esta fase, compreendida como um “processo de trabalho” em analogia ao modelo marxista, implica uma série de exigências técnicas e profissionais especializados. A mensagem é então construída dentro de um referencial de sentidos e ideias preconcebidos (ideologias, conhecimentos, participações anteriores da audiência, etc.). Para tanto, se faz necessária a elaboração de um discurso significativo, dentro das regras da linguagem visual e sonora. Com a circulação da mensagem, inicia-se a decodificação. É esse momento do processo comunicativo que tem efeito nos espectadores, gerando entretenimento, conhecimento, emoção, críticas e/ou persuasão. É importante destacar dessa análise a possível ausência de equivalência entre os dois lados do intercâmbio comunicativo, já que os códigos de decodificação e codificação podem não ser simétricos (Varela, 2008). Hall identifica três posições típico-ideais para a decodificação de um discurso: hegemônica (tradução fiel da codificação), de oposição (o receptor contraria qualquer mensagem que lhe é transmitida), ou, como na maioria dos casos, negociada (o receptor ora aceita, ora se opõe ao discurso transmitido). Entretanto, conforme destaca Hall, “polissemia não deve ser confundida com pluralismo” (2003, p.374). Assim, reconhecer a existência da construção de sentidos particulares e diversos no ato da decodificação, não implica em negar os “sentidos preferenciais” desenvolvidos no processo de produção, os quais estariam profundamente imbricados à ordem social vigente.

Conforme discutido no capítulo dois desta dissertação, entre as empregadas domésticas pesquisadas, sobretudo aquelas identificadas com os perfis “românticas” e “descoladas”, o consumo cultural de mídias, telenovelas em especial, pode, de fato, significar uma gama de experiências, elaboradas por meio de “códigos negociados” (Hall, 2003): emoção, entretenimento, aprendizado, mas também críticas e resistências. Identificar quais são os fatores que contribuem para o maior sucesso ou fracasso de uma telenovela não é tarefa fácil, haja vista a incessante pesquisa realizada por produtores para conhecer as preferências da audiência. De maneira geral, rememorar uma boa novela implica em lembrar os melhores momentos do par romântico, os disparates realizados pelos vilões, ou mesmo as graças de uma personagem carismática, ainda que secundária. Assim, uma variedade de temas, sensações e experiências estão envolvidas nessa memória. Falar especificamente sobre personagens de empregadas domésticas, ao contrário, implica em pormenorizar posições e hierarquias do espaço social: ascensão, descenso, mobilidade, assimetrias, desigualdades, inversões. Nesse vai e vêm, concepções sobre o lugar social das trabalhadoras domésticas – “reais” e ficcionais –

são reformuladas, por meio de um potencial “processo reflexivo” (Giddens *apud* Almeida, 2003) por parte dessas espectadoras.

Neste capítulo, partindo da concepção de processo comunicativo de Hall (2003), analiso representações de empregadas domésticas em telenovelas brasileiras, especialmente *Cheias de Charme*, levando em conta, simultaneamente, alguns fatores ligados a produção, circulação e recepção desses bens culturais. Desse modo, ainda que se trate de um trabalho de recepção, no sentido mais amplo do termo⁵¹, optei por realizar uma *análise compartilhada*, que tenta associar minha interpretação às das mulheres pesquisadas. Ainda que ocupando lugares sociais diferentes, a ideia é organizar conjuntamente essas diferentes decodificações “negociadas”⁵² para a análise de tais representações.

1. As expectativas de Rosangela: discutindo imagens de empregadas domésticas e de mulheres pobres na TV

Ana Maria Braga: “Vida de empregue” é tão dura assim como vocês retratam no clipe?

Penha [empregada]: Olha Ana, difícil mesmo é aturar cara de patroa ignorante que não sabe pedir as coisas com educação.

Sonia [patroa]: Ana, eu acho que nós estamos vivendo uma inversão total de valores, entende? Não somos nós que precisamos das empregadas (...). Elas é que precisam do emprego, precisam do dinheiro que nós pagamos.

Cida [empregada]: Até parece Dona Sonia, a senhora precisa de mim até pra pegar água!

Sonia: Eu sou de um tempo em que os serviçais sabiam o seu lugar!

Cida: Eu esqueci que a senhora pegou a época da escravidão!

Ana Maria Braga: Gente, eu só quis promover aqui uma confraternização...

Chayenne [patroa]: Ana, pare tudo porque agora eu quero falar! Eu sou uma patroa que dou de tudo: eu dou comida, eu dou quartinho, eu dou sabão de coco pra elas

⁵¹ A noção de recepção, de maneira geral, refere-se ao deslocamento do olhar para aqueles que recebem determinados produtos culturais. Segundo Varela (2008), o conceito, ainda que tenha um uso recente nas ciências sociais, ocupou um lugar importante nos debates contemporâneos em diversas áreas e relaciona-se com termos vizinhos tais quais leitura, interpretação, público, audiência e consumo.

⁵² Segundo Hall, “decodificar, dentro da *versão negociada*, contém uma mistura de elementos de adaptação e de oposição: reconhece a legitimidade das definições hegemônicas para produzir as grandes significações (abstratas), ao passo que, em um nível mais restrito, situacional (localizado), faz suas próprias regras – funciona com as exceções às regras. [...] Essa versão negociada da ideologia dominante está, portanto, atravessada por contradições [...]” (2003, p. 379).

se lavarem, eu dou papel higiênico, eu dou copo, prato, talher, tudo separado, sem descontar o salário!

Penha: Agora pra tirar férias, como manda a lei, é um sacrifício! (...). E ela viaja e quer que eu fique carregando a mala dela. Eu não sou carregadora de mala não! [...]

Quando encontrei a empregada doméstica Rosângela alguns dias após a transmissão dessa cena na televisão, ela estava animada para conversar sobre o assunto. Exibida em *Cheias de Charme* em junho de 2012, a discussão se ambientou ficcionalmente no programa matinal da apresentadora Ana Maria Braga, o qual foi incorporado como cenário da novela, numa brincadeira metalinguística dentro da emissora. Simulando o encontro das três protagonistas – agora já cantoras de sucesso – e de suas respectivas ex-patroas com essa apresentadora, a cena as reunia em uma mesa de café da manhã para conversar sobre o sucesso do clipe “Vida de Empreguete”, que as lançara como artistas.

Essa cena, especificamente, havia marcado Rosângela. Recordando os disparates defendidos pelas patroas, ela reconstituía os pormenores da discussão, “*você viu a Chayenne dizendo que dá até quartinho e as empregadas só sabem reclamar?*”. E com um sorriso indignado, ao mesmo tempo orgulhoso, repetia “*você viu o que eu te falei?*”. Rosângela referia-se a conversas anteriores em que havíamos debatido sobre a profissão de empregada doméstica e as dificuldades enfrentadas pela mulher pobre, ocasião em que manifestara sua indignação em relação ao baixo status de ambas. Para ela, em relação à profissão, os agravantes seriam a diferenciação das leis – que ainda não obrigavam o pagamento de FGTS e seguro-desemprego para a categoria –, e a falta de “valorização”, tanto das atividades desempenhadas quanto das profissionais, tratadas por muitas famílias com desprezo e indiferença.

Diante da veiculação desse problema pela televisão, e em especial em uma telenovela, Rosângela se mostrava satisfeita. Grande apreciadora dessa mídia, e especialmente das novelas da Globo, para essa trabalhadora “*o Brasil*” precisava conhecer melhor, havia muito tempo, os “*preconceitos*” e a “*desvalorização*” aos quais a empregada doméstica estaria submetida. No passado ela mesma teve empregadores que pensavam como a personagem Chayenne, acreditando que ao oferecer quarto de empregada, talheres e comida, estariam sendo muito generosos com suas funcionárias. Memórias como essa a fizeram concluir que, assim como a personagem Cida (submetida aos pai/patrões), também ela já fora “*muito humilhada*” na vida. Porém, ao

comentar a cena, Rosângela demonstrava orgulho porque ali, diferente do usual na televisão, havia espaço para as empregadas responderem.

Em conversas anteriores, Rosângela revelou insatisfação com os modos pelos quais as empregadas domésticas usualmente eram representadas na televisão, em geral “*brincalhonas e irresponsáveis*”, referindo-se especialmente ao seriado *A Diarista* (2003, Globo, 22h30). Em março, na iminência da estreia de *Cheias de Charme*, já anunciada pela emissora como uma novela que teria empregadas como protagonistas, Rosângela se mostrara otimista, como me afirmou na ocasião:

Eu acho que essa novela que vai entrar vai mostrar melhor. Porque pra começar a ter valor, tem que ter um programa que mostra o que a empregada doméstica faz: a empregada doméstica não é só lavar louça e limpar a casa, a empregada doméstica é uma pessoa responsável pela casa. (...) E muitas vezes mostram [na televisão] só de brincadeira. Então eu acho assim, o que eles querem dizer? Que a empregada doméstica não é nada? Mas não é assim, uma empregada doméstica tem responsabilidade! A minha amiga mesmo, a Beth, ela criou os filhos da patroa dela! A patroa dela saía de manhã e chegava de noite, e quem cuidava dos filhos, quem cuidava da casa era ela!

Sem querer falar tanto da sua própria experiência profissional, já que a maioria de nossas conversas foi realizada em seu ambiente de trabalho, Rosângela destacava a experiência da amiga que se dedicara a uma família que não era a sua. E, conforme enfatizou a seguir, tudo isso feito com “*responsabilidade*” e “*seriedade*” – palavras diversas vezes repetidas para caracterizar a profissão. Reclamava assim de produtores de televisão que, ao invés de mostrar experiências como a vivida por Beth, mostravam “*só brincadeira*”.

Para além do maior ou menor êxito de representações anteriores em programas como *A Diarista* – seriado, aliás, muito apreciado por outras trabalhadoras pesquisadas, conforme discutirei a seguir –, nessas conversas com Rosângela ficava clara a importância do universo da teleficção na constituição de imaginários simbólicos, indispensáveis, a seu ver, para promover a “*valorização*” da empregada doméstica e da trabalhadora pobre de maneira mais abrangente e justa. Para ela, em seu próprio meio social – amigos, namorados e familiares –, e também no meio social dos patrões, ao transformar empregadas em protagonistas dando-lhes voz mais ativa, *Cheias de Charme*

destacava essas profissionais, revelando como as trabalhadoras domésticas podem ter, como qualquer outra pessoa, dificuldades e tristezas, mas também sonhos e ambições.

A escolha dessa temática para uma novela da Rede Globo em 2012 não foi casual. A transformação identificada por Rosângela – no que se refere a uma voz mais ativa para essas personagens – é reveladora de um duplo movimento que deve ser analisado. Se, para Rosângela, sempre foi tão importante que a televisão, e especialmente as teleficções da Globo, “valorizassem” a empregada doméstica enquanto mulher e profissional, para a televisão, e especialmente para a Globo, aquele momento era especialmente importante para cativar a audiência de Rosângela, mantendo-a como telespectadora fidelizada. Assim, ao transformar empregadas domésticas em protagonistas, essa emissora consolidava seu projeto de valorizar as classes populares, agora potencialmente consumidoras. Impulsionadas pela euforia do mercado diante da nova “classe C”, por um lado, e pela migração das classes médias e altas para outras mídias, por outro, tal projeto foi anunciado abertamente pelos seus produtores e pode ser verificado em outras produções recentes, conforme veremos a seguir.

2. Compreendendo o foco de audiência da Rede Globo

De acordo com o livro de Esther Hamburger, *O Brasil Antenado: a sociedade da novela* (2005), a história da televisão no Brasil pode ser dividida em três períodos, quando levados em conta suas relações com o Estado, os anunciantes e o público (2005, p. 27). No primeiro, de 1950 a 1969, fase incipiente, predominariam os programas de auditório, teleteatros e novelas importadas. O segundo, entre 1970 e 1989, seria o período de expansão da televisão no Brasil, do monopólio da Rede Globo e da consolidação das telenovelas como produto principal da emissora, com penetração em quase todos os setores da sociedade. O terceiro, a partir da década de 1990 até a atualidade, seria o período de diversificação da estrutura e da programação televisiva, com dispersão da audiência para a televisão paga e para outras mídias, ainda que a liderança da Rede Globo, especialmente por meio de suas novelas, seja mantida.

Ainda conforme a autora, especialmente entre 1970 e 1989 – fase de expansão da televisão brasileira – a programação seria redirecionada para atingir um público mais amplo. Nesse período, durante a ditadura militar, essa mídia seria idealizada como veículo de integração nacional. Sob o domínio da Globo, as telenovelas e o *Jornal Nacional*, apesar de muitas vezes terem sido atingidos pela censura, consolidaram-se

como símbolos desse projeto expansionista. As novelas transformaram-se nos programas mais populares e lucrativos da televisão brasileira, vendendo também produtos, músicas e moda, intensificando paralelamente os investimentos em *merchandising* e propaganda (Hamburger, 2005, p. 30; Almeida, 2003).

Desde o início da produção de novelas pela Rede Globo, o Departamento de Pesquisa dessa emissora atribuiu grande importância à variável classe social para conhecer sua audiência. Na década de 1970 e de 1980, embora as novelas fossem consumidas por homens e mulheres de classe sociais diversificadas, as classes B e C, mas em especial a “mulher da classe C”, já eram vistas como espectadores ideais⁵³ (Hamburger, 2005). Entretanto, apesar do predomínio da linguagem “realista”, as tramas priorizaram cenários e personagens das classes médias e altas, sobretudo do universo carioca⁵⁴. Tal disjunção se explicaria, segundo hipótese da autora, pelos critérios de pesquisa utilizados na época, que superestimavam a condição social de sua audiência, então imaginada com maior nível educacional e de renda do que na realidade:

A disjunção entre o universo que constitui o público alvo das emissoras de TV e o universo de telespectadores levanta questionamentos teóricos relevantes, além de sugerir uma inesperada sinergia positiva: a qualidade alcançada pela dramaturgia televisiva brasileira nos anos 1980 pode ter sido estimulada pela imagem superestimada do público, coisa rara na indústria cultural, que costuma se pautar literalmente pela mediocridade (Hamburger, 2005, p. 70).

Ou seja, apesar do Departamento de Pesquisa da Globo estar ciente do caráter popular de seu público, a inadequação dos critérios de pesquisa e, possivelmente, a falta de interesse dos produtores em conhecer e representar melhor essa parcela da sociedade brasileira, fizeram com que a programação do período, até meados da década de 1990, fosse produzida visando especialmente as classes médias e altas⁵⁵. É importante

⁵³ “Embora [...] o segmento de mulheres de classe C seja definido como alvo privilegiado, os telespectadores de novela estão distribuídos entre todas as classes sociais [...]” (Hamburger, 2005, p. 73).

⁵⁴ Segundo Hamburger, “A diversidade étnica e racial brasileira, a pobreza, a miséria e a violência estiveram praticamente ausentes desse universo “realista”. As novelas representaram o Brasil como uma ampliação do universo da classe média alta carioca que as fazia à sua imagem e semelhança” (2005, p. 118).

⁵⁵ O caso do SBT traz um contraponto interessante. Conforme analisa Almeida (2003), essa emissora teve sérias dificuldades para conseguir anunciantes em função do seu público, visto como excessivamente popular. Mira (1995) também analisou esse processo: “parece-me que uma das razões do sucesso do grupo Silvio Santos é que ele percebeu a existência de um mercado de consumo popular, investiu e lucrou com o relativo abandono a que este ficou relegado durante os anos 70. Na segunda metade da década, o Grupo penetrou nesse “espaço vazio” também no âmbito do imaginário. Um espaço que o ‘projeto Globo

relembrar que também fora da Rede Globo os consumidores de classes populares foram negligenciados na época, sendo recente sua incorporação sistemática em pesquisas de mercado. Paralelo a esse processo, a Globo também buscou a partir dos anos 2000 ampliar sua penetração nas classes “CD”, processo incentivado pela migração das classes A e B para a televisão fechada e para outras mídias, conforme registrara Hamburger. Segundo a antropóloga, a emissora passou então a apelar para uma programação mais pautada pelo gosto popular⁵⁶.

Desde o início desta pesquisa, em 2010, tal debate vem ganhado espaço na imprensa, que noticiou com frequência a guinada da TV Globo em busca da audiência da “nova Classe C”⁵⁷. Em entrevista concedida ao jornalista Mauricio Stycer em 2011, o então diretor-geral da Globo Octavio Florisbal esclareceu alguns pontos a esse respeito: “estes 80% das classes C, D e E têm uma vida própria, com características próprias. Nós precisamos atendê-los” (Stycer, 2011)⁵⁸. Mantendo a tradição da emissora de não revelar seus métodos de pesquisa, Florisbal demonstrou possuir um conhecimento renovado desses segmentos, identificando dois processos típicos de ascensão social em curso na sociedade brasileira: os que ascendem e mudam seus hábitos de consumo, espelhando-se nos padrões dos segmentos mais altos, e os que ascendem e mantêm os antigos padrões de vida, mantendo a moradia em áreas de periferia. Segundo ele, ambos os movimentos estariam mal representados até então pela emissora. Tornava-se efetivamente necessário levar em conta essa parcela da população na feitura da programação:

Isso também muda os hábitos de consumo de mídia. No passado, você não tinha que se preocupar tanto. “Estou fazendo uma televisão para todos, mas com foco em classe média”. Hoje, não. Atenção. [...] Aquela divisão de que 80% do público é das classes C, D e E continua, mas eles têm mais presença, mais opinião. Eles ascenderam. [...] Eles

de televisão’ deixou aberto, quando optou por uma linha de programas que respondia, basicamente, aos anseios das classes médias em ascensão a partir do final dos anos 60” (Mira, 1995, p. 72).

⁵⁶ Segundo Hamburger: “Na segunda metade da década de 1990, em meio a um processo de inclusão de segmentos populares no universo do público reconhecido como consumidor, as classes A e B migraram para a TV a cabo, o que levou as emissoras abertas a apelarem para uma programação pautada pelos padrões considerados como típicos do gosto popular. O resultado é uma TV aberta de gosto duvidoso” (2005, p. 38).

⁵⁷ Destaco, por exemplo, as matérias publicadas no jornal *Folha de São Paulo* como “Todos querem tirar a nova classe média para dançar” (Marinheiro, 15/07/2012); “Atrás da classe C, TV fatura 12% a mais no semestre” (Jimenez, 09/07/2012); “Globo muda telejornal para tentar salvar ibope e atrair classe C” (Feltrin, 22/06/2011), entre outras.

⁵⁸ Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2011/05/09/globo-muda-programacao-para-atender-a-nova-classe-c.jhtm>, acesso em 11/04/2013.

têm que estar mais bem representados e identificados na dramaturgia, no jornalismo. [...] Eles querem ter uma linguagem mais simples, para entender melhor.

Ao longo da entrevista, ilustrando a discussão acerca do maior zelo na composição de personagens e cenários das classes médias e altas até a década de 1990, Octavio Florisbal revelou um ponto importante ao comparar as telenovelas antigas com as recentes:

Em dramaturgia, se você voltar 20 anos, você tinha alguns estereótipos. A novela estava centrada nos Jardins, em São Paulo, ou na zona sul do Rio e tinha um núcleo, aquele núcleo alegre, de classe C, na periferia. Hoje, não. A gente começa a ver essas histórias trafegando mais na periferia. A próxima novela, do Aguinaldo Silva, “Fina Estampa”, vai se passar na periferia. A novela que virá depois, do João Emanuel Carneiro, vai ser centrada na Baixada Fluminense. Então, você vê este tipo de preocupação. [...] Você tende a ficar um pouco mais popular, sim, mas sem perder qualidade.

Nesse trecho, Florisbal aponta para a criação de certos “estereótipos” forjados pela Globo em suas novelas, os quais retratavam os personagens populares de maneira menos densa do que os ricos. Tal caracterização, certamente, incidia nas personagens de empregadas domésticas, dezenas delas servindo apenas de figuração, compondo cenários para os dramas da elite. E mesmo nas vezes em que foram protagonistas, como na telenovela *Sem Lenço Nem Documento* (1977), conforme discutirei a seguir, a desigualdade social inerente às relações profissionais entre patrões e empregados não era problematizada. Isso, no entanto, não quer dizer que as representações recentes tenham um discurso radical de enfrentamento da desigualdade social, mas que apontam para transformações graduais, porém importantes, em relação à temática.

Cheias de Charme, ao conferir maior densidade às empregadas domésticas por meio de suas protagonistas, certamente inseriu-se nesse planejamento recente da Rede Globo. Embora possivelmente outros fatores tenham influenciado na escolha do tema, a preocupação com a melhor “representação” das classes populares foi explícita, mencionada em entrevistas de autores, produtores e atores da novela. Segundo Filipe Miguez e Isabel Oliveira, autores da trama, apesar de a profissão de empregada doméstica ser em 2011 a maior categoria profissional do país, poucas vezes essas

profissionais foram protagonistas (Globo, 2012). Entretanto, mais do que encenar as lutas e dificuldades dessas profissionais historicamente desvalorizadas no Brasil, a intenção dos autores era retratá-las como integrantes da “classe C em ascensão” e assim, pelas palavras de Isabel Oliveira, “falar da autoestima dessa classe”⁵⁹.

Em entrevista concedida por e-mail a esta pesquisa, o antropólogo Hermano Vianna, consultor musical de *Cheias de Charme*, também comentou a tendência da emissora em redirecionar a programação para um público mais popular, já que “as mudanças enormes do Brasil contemporâneo precisam se refletir na televisão”. No entanto, Vianna enfatizou como internamente à Globo sempre existiram “grupos bem diferentes”, com distintos projetos e visões sobre cultura, política e o papel da televisão. Segundo Vianna, a Globo “não é uma entidade homogênea, com pensamento único”. Assim, a demanda por representações menos estereotipadas do universo popular seria mais antiga. Relembrou o início de sua carreira na televisão, por meio do *Programa Legal* (1991) cujo programa piloto abordava o baile funk carioca, tema de sua dissertação de mestrado⁶⁰. Dando continuidade a seus interesses acadêmicos, Vianna defendia uma programação de fato mais popular, mas havia forte resistência de grupos que não consideravam aqueles conteúdos adequados⁶¹.

Dessa explanação evidencia-se que, apesar do antigo intento de alguns grupos da emissora de dialogar de modo mais atento com os espectadores populares, apenas recentemente tal discurso conseguiu se impor. Infere-se assim que, se para alguns produtores esse projeto tinha fundamentação artística ou ideológica, o consenso atual se dá diante da necessidade econômica de fidelizar espectadores populares, agora vistos como disputados consumidores do mercado midiático.

Levando tais aspectos estruturais em conta, e antes de entrarmos nos pormenores da análise de *Cheias de Charme*, vale lembrar algumas representações da empregada doméstica em teleficções da Globo, visualizando o histórico da temática.

⁵⁹ Nessa entrevista, os autores afirmaram ainda que, de modo geral, havia na novela a preocupação de valorizar “a mulher guerreira” também das classes médias e altas. Para tanto, mencionam a personagem Dra. Lygia, uma advogada honesta, esforçada e boa patroa. Segundo Filipe Miguez, “a novela é uma grande homenagem a essa mulher [guerreira] que existe em todas as classes” (Globo, 2012).

⁶⁰ Dissertação intitulada “O baile funk carioca”, defendida no Museu Nacional em 1987, sob orientação de Gilberto Velho.

⁶¹ Vianna ainda complementou “não havia orientação nenhuma para que abordássemos esses temas, ou nos aproximássemos de tal ou tal público - aquilo era o que queríamos mostrar na TV, e batalhávamos para que isso pudesse estar no ar - não eram batalhas fáceis - lembro de críticas internas, mais ou menos anônimas, ao Programa Legal com tema sertanejo, que foi ao ar em 1991, por aquilo não ser música de qualidade” (entrevista concedida por e-mail).

3. Faxina na TV: representações de empregadas domésticas em teleficções da Globo

Encenações sobre a empregada doméstica foram recorrentemente mobilizadas desde a introdução da indústria cultural no Brasil. Quase anulada como figurante que abre portas e atende telefone, cobiçada como objeto de desejo erótico, ridicularizada como representante típica da mulher das classes populares, envolvida em movimento de ascensão social (em geral dado pelo casamento) ou mesmo como porta voz de uma visão questionadora dos valores das classes dominantes, a empregada doméstica foi personagem frequente nas mídias eletrônicas nacionais.

Olhar para essas imagens, assim como para qualquer obra de ficção, implica, em primeiro lugar, compreender que estamos diante de um “jogo do faz de conta”. Nesse sentido, conforme destaca o crítico de cinema Ismail Xavier (2003, p.34), não faz sentido “discutir questões de legitimidade ou autenticidade no nível da testemunha de tribunal”. Ao contrário, para o crítico importa “verificar se a imagem é convincente dentro dos propósitos do filme que procura instaurar um mundo imaginário” (2003, p.34). Do ponto de vista das ciências sociais, entretanto, também é pertinente olhar para essas imagens veiculadas pelos *meios de comunicação*, vendo nelas uma “forma de *comunicar* imagens, ideias, valores, visões de mundo de um ou mais grupos sociais” (Rezende, 1997). Assim, ao refletir sobre personagens de empregadas domésticas em algumas teleficções da Globo, a antropóloga Claudia Rezende (1997) demonstrou que tais imagens podem ser lidas como expressões do modo como produtores de televisão e, talvez, alguns segmentos sociais, compreendem uma categoria profissional específica, expressando questões importantes para a análise da vida social (1997, pp.74-6). De modo similar, acredito que tais representações constituem um interessante material para análise de valores sociais, revelando dimensões simbólicas que merecem ser interpretadas.

Pesquisando personagens marcantes de empregadas domésticas nas teleficções da Rede Globo⁶² de enredos contemporâneos, foi possível perceber que tais papéis, apesar das diferenças, demonstraram certa fixidez em torno de alguns padrões interpretativos, conforme já apontado pela empregada doméstica Rosângela. Entretanto, para além de apenas reproduzirem estereótipos, tais representações incorporaram

⁶² Para a pesquisa foram consultados principalmente o site *Memória Globo* (<http://memoriaglobo.globo.com/>), o livro *Guia ilustrado TV Globo* (Memória Globo, 2010) e cenas disponíveis no site *YouTube* (<http://www.youtube.com/?gl=BR&hl=pt>).

gradualmente transformações pelas quais a atividade passou na sociedade brasileira, sobretudo no que se refere ao relativo aumento do poder de consumo e de negociação profissional junto aos patrões. Nesse sentido, é interessante constatar como tais encenações foram muitas vezes vinculadas a imagens negativas de trabalho desvalorizado, sobretudo por ser realizado por setores discriminados, como mulheres pobres, negras ou mestiças e, em sua maioria, migrantes. Ainda se poderia imaginar a desvalorização ligada por um lado ao trabalho manual, e por outro ao trabalho visto como feminino e muitas vezes “invisível”. Tais representações, negativas, coexistiram com outras mais positivas, que evitaram a “vitimização” dessas mulheres, ao construí-las como personagens fortes e batalhadoras, com muita capacidade de trabalho e, mais recentemente, de consumo.

A telenovela *Anjo Mau*, escrita por Cassiano Gabus Mendes e transmitida pela Rede Globo em 1976, foi talvez a primeira que teve uma empregada doméstica – mais especificamente, uma babá –, como protagonista (Memória Globo, 2011a). O roteiro tratava do plano de ascensão social da babá Nice (Suzana Vieira), apaixonada pelo seu patrão Rodrigo Medeiros (José Wilker). Uma vez empregada na residência dessa família de classe alta, a personagem utilizou-se de sua posição para deslocar as demais pretendentes de Rodrigo e consolidar seu plano de casamento. A trama tratava de um caso recorrente na teledramaturgia (e na literatura) no qual a posição subordinada, dada pelo emprego no interior da casa de família, pode também ser estratégica, embora ambivalente⁶³.

⁶³ Nesse sentido, é muito elucidativo o trabalho de Anne McClintock (2010) sobre a relação sadomasoquista de um advogado e sua criada no século XIX. Na situação analisada, a empregada relutou muito em casar formalmente com o seu patrão pois percebeu que possuía um poder de negociação maior, apesar de subordinado, enquanto fosse criada.

Imagem 1: a atriz Susana Vieira como a babá Nice, em *Anjo Mau* (1976).

Apesar de pouco lembrada, na década de 1970 a novela *Sem Lenço, Sem Documento* (Globo, 1977, 19h) apresentou temática e estrutura semelhantes à de *Cheias de Charme*. Escrita por Mario Prata, contava a história de quatro irmãs⁶⁴ que haviam migrado de Olinda (PE) para trabalhar como domésticas no Rio de Janeiro (Memória Globo, 2011b). Buscando aproximação com o universo cultural das domésticas, a abertura da novela reproduzia uma fotonovela, bem cultural de ampla circulação na época. De acordo com depoimento da atriz Arlete Salles, uma das protagonistas da trama, *Sem Lenço, Sem Documento* era uma novela “ingênua, gostosa, engraçadinha”. Exibida em plena ditadura militar, num momento em que o emprego doméstico era muito estigmatizado e o preconceito de classe era menos velado que na atualidade, (aparentemente) a trama esforçava-se para não provocar polêmicas. Ao interpretar uma empregada que vivia com medo da patroa tirana, Arlete Sales relatou: “Não era uma novela educativa, reivindicativa, e não sei até que ponto pode ter sido interessante para a classe das empregadas domésticas, mas era uma novela interessante” (Memória Globo, 2011b).

⁶⁴ Eram as irmãs Cotinha (Ilva Niño), Das Graças (Isabel Ribeiro), Dorzinha (Arlete Salles) e Rosário (Ana Maria Braga).

Imagem 2: as quatro personagens empregadas domésticas de *Sem Lenço Nem Documento* (1977).

Apesar de seu tom ameno, o enredo provocou reações. De acordo com reportagem da época (Kehl, 1977), Mario Prata recebeu um “manifesto” assinado por 98 patroas de Olinda (PE) que dizia: “[...] protestamos violentamente contra a tentativa ignorante e maldosamente prejudicial que coloca, numa novela de horário nobre, uma gama de marginais, ladras, escórias da sociedade. De pessoas sem instrução, vindas de Olinda, que nada mais que ‘domésticas’ ou ‘desclassificadas’ podem vir a ser no sul, como se só isso pudéssemos exportar, mantendo lá fora a imagem de um subdesenvolvimento inexistente”. Na matéria, em resposta, Mario Prata se demonstrou contrariado, afirmando que a trama que apresentava da maneira o menos polêmica possível, tratava da realidade de milhares de brasileiras⁶⁵. Polêmicas à parte, esses fatos mostram a resistência ao tema que existia na época em muitos segmentos sociais.

Exibida entre 1985 e 1986, a telenovela *Roque Santeiro*, escrita por Dias Gomes e Aguinaldo Silva, tornou famosos os chamados da viúva Porcina (Regina Duarte) para sua empregada, interpretada por Ilva Niño, gritando “*Miiinaaa!*”. Apesar da personagem pouco se expressar, servindo mais como contraponto para a atuação de Regina Duarte, os chamados da patroa se tornaram famosos. Em entrevista, a atriz Ilva

⁶⁵ Maria Prata, rebatendo as revoltadas patroas pernambucanas, então afirmou: “A patroa que reclama da novela é a mesma que vai ao açougue e, além do contrafilé para a família, pede meio quilo de ‘carne de empregada’” (Kehl, 1977).

Niño contou que ouviu gritos a sua personagem até quando viajava pela Itália⁶⁶. Mina havia sido a segunda empregada doméstica representada pela atriz pernambucana, cuja estreia no papel se deu como uma das protagonistas da novela discutida anteriormente, *Sem Lenço, Sem Documento*. Posteriormente a atriz interpretou no mínimo outras duas empregadas na Rede Globo. Em 2012 também integrou o elenco de *Cheias de Charme* interpretando Epifânia, uma parteira, mãe da empregada doméstica vilã. Questionada se ficava incomodada por ter tantas empregadas domésticas em seu currículo, a atriz respondeu que não, desde que a personagem tivesse “*conteúdo e graça*”, inspirando-se nas comédias de Molière para suas interpretações (Villalba, 2010).

Imagem 3: a empregada doméstica Mina, vivida por Ilva Niño em *Roque Santeiro* (1985).

Após o *remake* de *Anjo Mau* em 1997, e apesar de estar presente em quase todas as novelas, a empregada doméstica só voltou a ser protagonista na Rede Globo em 2004, no humorístico *A Diarista*. Contudo, antes de escrever sobre o seriado, vale a pena lembrar algumas personagens de novelas escritas por Manoel Carlos. Ainda que secundariamente, esse autor sempre se preocupou com a composição dessas personagens, tornando-se referência para essa discussão⁶⁷.

Considerado um dos principais autores de novela da Rede Globo, Manoel Carlos retratou desde o início da década de 1980 as classes médias e altas da zona sul carioca

⁶⁶ Entrevista realizada pela UTV - RJ, no programa “Bonde Alegria”, em 18/07/2010. Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=88vSa8N_sHs, acesso em 19/04/2013.

⁶⁷ Na telenovela *Ti Ti Ti* (Globo, 2010, 19h30) a personagem Jacqueline, uma perua vivida por Claudia Raia, certa vez disse à empregada doméstica: “Olha! Empregada querendo ter fala! Isso aqui não é novela do Manoel Carlos, não!”, episódio registrado por reportagem no jornal Folha de S. Paulo (Folha, 2010).

por meio das suas protagonistas batizadas como Helenas, verdadeiras heroínas da classe média. Criticado por priorizar os dramas dessa elite, o autor declarou em entrevista que, de fato, tinha preferência por “tratar do dia-a-dia frugal” dos bairros do Rio de Janeiro, cenário onde “coisas gravíssimas” podiam ocorrer, mas “o dia está muito lindo, sempre”, inspirando-se no poema *Os inocentes do Leblon*, de Carlos Drummond de Andrade⁶⁸. Para Manoel Carlos, assim como no poema citado, no Leblon tudo se esquece (Memória Globo, 2010). Nesse contexto, Manoel Carlos reservou diversos papéis para empregadas domésticas, em geral “fiéis escudeiras” de suas patroas, reencenando um dos principais estereótipos associados à profissão, ao lado da “empregada cômica” (Araújo, 2004). Sempre uniformizadas, as domésticas de Manoel Carlos vão de simples figurantes que abrem portas e servem café da manhã a mulheres atraentes que ganham destaque nas tramas paralelas. Tais papéis são muitas vezes vistos como porta de entrada para o “mundo Global”, conforme relataram algumas atrizes.

Restringindo a análise para suas principais novelas desde 2000, diversas empregadas tiveram destaque. Em *Laços de Família* (2000, Globo, 21h) cinco atrizes desempenharam tais papéis. Entre elas, Ritinha (Juliana Paes) ganhou espaço ao interpretar cenas cômico-eróticas diante do assédio de seu patrão Danilo (Alexandre Borges), um jovem *bon vivant* casado com Alma (Marieta Severa), mulher mais velha do que ele, rica e dominadora.

⁶⁸ Os inocentes do Leblon / não viram o navio entrar. / Trouxe bailarinas? /trouxe imigrantes? /trouxe um grama de rádio? / Os inocentes, definitivamente inocentes, tudo ignoram, / mas a areia é quente, e há um óleo suave / que eles passam nas costas, e esquecem.

Imagem 4: Ritinha (Juliana Paes), em *Laços de Família* (2000).

Mulheres Apaixonadas, (2003, Globo, 21h), também ambientada no Leblon, reuniu diversas histórias sobre a intimidade de mulheres cariocas de classes altas. Nesse quadro, oito atrizes interpretaram empregadas domésticas, suscitando debates na imprensa sobre a temática⁶⁹. Reportagem de *O Estado de S. Paulo* também chegou a fazer críticas ao modo como a temática estava sendo abordada: “para um autor consagrado por criar tramas naturalistas, até que os empregados dos folhetins de Manoel Carlos são bem surreais”, pois “elas dão palpite em tudo, participam das discussões mais importantes da casa, amam suas patroas e nunca brigam entre elas” (Jimenez e Gallo, 2003). Questionado pela reportagem, Manoel Carlos se justificava: “no Brasil, os empregados domésticos participam diretamente da vida da família. Fazem e ouvem confidências e são tratados sem discriminação” (Jimenez e Gallo, 2003). Tal visão idealizada provavelmente refletia-se na construção da personagem Zilda (Roberta Rodrigues), cuja história trouxe polêmicas após a empregada, negra, envolver-se com o filho adolescente, branco e virgem dos seus patrões, o Carlinhos (Daniel Zettel). Na ocasião, o Sindicato de Empregadas Domésticas de Jundiaí e Região entrou na justiça na tentativa de impedir que Zilda iniciasse sexualmente Carlinhos. O Sindicato alegou

⁶⁹ Ver, por exemplo, a reportagem publicada na Revista *Veja* na ocasião, “Mulheres Exploradas: na novela das oito, há todo tipo de empregada. E como elas trabalham!”. Fazendo um trocadilho com o nome da novela, a matéria dizia que “o roteirista Manoel Carlos parece ter decidido traçar uma tipologia das empregadas domésticas no atual folhetim das oito” (Valladares, 2003).

que o relacionamento retratado desqualificava a imagem das domésticas⁷⁰. Contudo, o pedido foi negado pela justiça diante do argumento que se tratava de obra de ficção.

Imagem 5: Zilda (Roberta Rodrigues) em *Mulheres Apaixonadas*

Viver a vida, exibida em 2009, também focalizou os dramas pessoais da elite carioca. Primeira Helena negra de Manoel Carlos (e primeira protagonista negra do horário nobre da Globo), Tais Araújo interpretou uma modelo famosa que aos 30 anos decidiu largar a carreira para se casar com o empresário Marcos (José Mayer). Dentre as empregadas domésticas, ganhou destaque a personagem Cida (Thaísa Carvalho), típica “mulata sensual e sedutora” (Araújo, 2004, p. 260) que trabalhava na casa de Gustavo (Marcelo Airolidi) e Betina (Letícia Spiller). No início da trama, a empregada descobriu o romance de seu patrão com a prima da esposa, a repórter Malu (Camila Morgado), o que lhe deu munição para uma série de chantagens. Nesse jogo, Cida recorrentemente pressionava o patrão, exigindo novos itens de consumo como ar-condicionado, televisão de tela plana e *Ipod* como “pagamento” por guardar seu segredo. O resultado, mais uma vez, foi a combinação de cenas eróticas com cenas cômicas, trazendo destaque aos personagens envolvidos. Por meio dessa personagem, o tema das “domésticas de Manoel Carlos” novamente teve destaque na imprensa. A reportagem “Prendas Domésticas” (Marthe, 2010) já atribuía o “fenômeno” a um contexto mais amplo: “nesta nova era de ascensão das classes C e D, as empregadas da ficção estão crescendo e

⁷⁰ Segundo trecho da petição, a trama “tem inserido na cabeça de adolescentes o desrespeito e insinuado que a categoria de empregadas domésticas, além de servir à família com seu trabalho e dedicação, deve servir aos desejos sexuais dos pequenos iniciantes, como se fossem meretrizes à espera do patrãozinho” (Folha de S. Paulo, 2003).

enriquecendo”. Em seguida afirmava: “Manoel Carlos foi um dos responsáveis por essa valorização. O tom de crônica de costumes de suas histórias leva-o a dar voz às moças do lar. Aliás, voz e corpão⁷¹”.

Imagem 6: A empregada doméstica Cida provocando o patrão em *Viver a Vida* (2009)

Durante o trabalho de campo, quando conversei pela primeira vez com Ana, em 2010, essa personagem Cida era a empregada doméstica que estava mais fresca em sua memória. Embora ela tenha ressaltado que – diferente da personagem – “*nunca deu em cima de patrão*”, Ana dizia gostar muito dela, já que mostrava que não era “*uma mosca morta*”. Porém, comentou o perigo da associação frequente entre empregada doméstica e sexualidade, um problema persistente para a categoria, conforme discutirei adiante.

De maneira geral, entretanto, durante a pesquisa de campo as personagens mais lembradas e comentadas (antes de *Cheias de Charme*) foram as diaristas Marinete (Claudia Rodrigues) e Solineuza (Dira Paes), do seriado *A Diarista* (2004). Por ser mais recente que outras produções discutidas, por ter atingido um público popular (apesar do horário, exibido em torno das 22h) e por ali serem protagonistas, tais personagens estavam ainda frescas na memória dessas mulheres, dividindo opiniões.

Idealizado na esteira do sucesso de uma longa lista de “empregadas cômicas”, brancas e negras, encenadas na televisão brasileira desde a década de 1960 (Araújo, 2004), a *Diarista* certamente teve inspiração nos personagens das domésticas Edileuza (Claudia Gimenez), Neide (Marcia Cabrita) e Sirene (Claudia Rodrigues) do

⁷¹ A reportagem trazia ainda a reivindicação da Dirigente Nacional das Trabalhadoras Domésticas, Ione Lara, que protestava diante da associação constante entre emprego doméstico e enredos eróticos: “mostrar empregada flertando com patrão só estimula o assédio” (Marthe, 2010).

humorístico *Sai de Baixo* (Globo, 1996 a 2002), assim como no filme *Domésticas* (Fernando Meirelles e Nando Olival, 2001). Exibido pela Globo entre 2004 e 2007, o programa era conduzido por Marinete, uma diarista que se envolvia em situações cômicas nas diversas casas em que trabalhava no Rio de Janeiro. Sob a direção de José Alvarenga Jr. (*Os Normais*, *Força Tarefa*, entre outros seriados) e com episódios assinados por autores variados, o programa buscava unir humor à questão social, retratando algumas situações enfrentadas no dia-a-dia da profissão, sobretudo, as dificuldades de lidar com as “manias” muitas vezes exageradas de patroas e patrões⁷². Apesar do tom “pastelão” adotado na maioria dos episódios, para a caracterização das personagens a produção colheu depoimentos com diversas empregadas domésticas que trabalhavam na capital carioca⁷³. Diante desse contexto de produção, o conteúdo do programa oscilava entre duas formas de representações sobre a profissão. Se, por um lado, mostrava mulheres fortes e determinadas, conforme afirmação da música-tema *Dona da Banca*⁷⁴, por outro, não resistia às fórmulas prontas, aprisionando as personagens em antigos estereótipos sobre a profissão. Tais oscilações provocaram um descompasso entre as expectativas dos produtores, a audiência comprovada pelo Ibope⁷⁵ e a crítica especializada. Por exemplo, para o cronista Xico Sá, em crítica após a exibição do primeiro episódio, em 2004, o programa apresentava problemas similares a sua matriz, o filme *Domésticas*: “repete os mesmos esquemas da folclorização dos personagens – como os pobres são engraçados, espertos, devassos e ignorantes! -, mas com um texto ainda forçado na caricatura” (Sá, 2004).

⁷² Os comentários que realizo a seguir estão baseados nos episódios de *A Diarista* que saíram em DVD, referente as temporadas de 2004 e de 2006.

⁷³ Trechos desses mesmos depoimentos aparecem ao final de cada um dos primeiros vinte episódios (exibidos em 2004). Informações disponíveis em “A Diarista”. In: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-258617.00.html>, acessado em 2010.

⁷⁴ Música *Dona da Banca*, do grupo Eletrosamba. O trecho de abertura de cada programa é: “Ela é dona do jogo/ ela é dona da banca/ Sabe que está podendo / E por isso brinca, brinca, brinca.”;

⁷⁵ O programa, nos dois primeiros anos, obteve média de audiência razoável, em torno dos 24 pontos (Reportagem Folha de São Paulo, 01/08/2007).

Imagem 7: A diarista Marinete passa roupas na casa de um de seus patrões (2004)

Já para a empregada doméstica Rosângela, conforme discutido acima, se a maioria das representações de empregadas veiculadas pela Globo retratavam trabalhadoras “*brincalhonas e irresponsáveis*”, especialmente o seriado *A Diarista* levava essa imagem às últimas consequências. Conforme registrado em entrevista, Rosângela afirmara: “*eu assisti pouco porque eu não gostei não. Porque tinha série que até que era boa, mas a maioria não tinha nada ver. Era só bobeira!*”. Apesar de ter agradado algumas mulheres entrevistadas (sobretudo pelo humor) e de não ter agradado outras, todos os comentários por mim registrados indicavam ambiguidades que, ao final, reforçavam estigmas associados a essas profissionais. A trabalhadora Maria (fanática por televisão), embora tenha gostado do seriado, identificava os mesmos problemas. Maria, apesar de enfatizar que compreendia que o seriado, ao final, era uma comédia, também se indignava com o modo como as personagens exerciam seu trabalho (“*Vai a gente fazer aquilo dali [mexer nas coisas das patroas]? Não pode não!*”). No entanto, para ela, a ficção resultava engraçada: “*Mas eu ria, viu? Esse aí era da hora pra caramba!*”.

4. Discutindo a relação: empregadas domésticas e mídias em *Cheias de Charme*

Em continuidade à lista de empregadas domésticas exibidas pela Rede Globo, *Cheias de Charme* as fez protagonistas. Embora houvesse reconhecido esforço de adensar as personagens, focalizando sua casa, trabalho e desafios cotidianos – entre eles, o assédio sexual, o preconceito e a luta por direitos trabalhistas –, alguns

estereótipos se renovaram: reencenava-se a empregada doméstica sonhadora e sensual, que ascende socialmente por meio de talentos artísticos inesperados⁷⁶.

Imagem 8: as “empreguetes” Penha, Rosário e Cida, em *Cheias de Charme* (2012)

Visando retratar as expectativas das espectadoras da “classe C”, *Cheias de Charme* combinou a representação de uma determinada realidade social – a das empregadas domésticas brasileiras, moradores de favelas, que lutam cotidianamente contra a desigualdade social –, com uma esfera lúdica e onírica, própria ao horário das 19h. Assim, a combinação entre local (a periferia do Rio de Janeiro) e universal (a luta pela ascensão social), entre conjuntural (o fenômeno socioeconômico da “classe C”) e atemporal (as fábulas) fizeram da novela um produto capaz de agradar espectadores de diferentes classes sociais e idades, em especial o público infanto-juvenil⁷⁷.

As três protagonistas, duas brancas e uma negra, foram, provavelmente, pensadas como representativas desses universos: Maria da Penha (Tais Araújo), era uma empregada doméstica dedicada e trabalhadora, de baixa escolaridade, mas que lutava para sustentar sua irmã, seu filho e seu marido Sandro (Marcus Palmeira), um malandro que estava sempre lhe dando trabalho; Maria do Rosário (Leandra Leal) era uma mulher talentosa que desde a infância num orfanato sonhava em ser cantora. Apaixonada pelo

⁷⁶ Papel já vivido, por exemplo, pela atriz Zezé Motta em *Transas e Caretas* (Globo, 1984) (Araújo, 2004, p.234).

⁷⁷ Segundo medição realizada pelo Ibope, *Cheias de Charme* teve média de 30 pontos em São Paulo (IG, 16/06/2012), alcançando picos de 44 pontos (Natelinha, 2012). Foi uma das melhores audiências para novelas das 19h na Globo desde *A cor do pecado* (Globo, 2004, 19h), que teve 45 pontos de média. Cada ponto equivale, em média, a 60 mil domicílios na capital paulista (IG, 16/06/2012).

cantor Fabian (o “príncipe das domésticas”), batalhava pela vida de artista mas ajudava o pai adotivo, e gay, em um Buffet. Posteriormente foi trabalhar como doméstica na casa da vilã e cantora de eletroforró Chayene (Claudia Abreu). Já Maria Aparecida (Isabelle Drumond), era a agregada da rica família Sarmento. Desde a morte de sua mãe, também doméstica, serviu a essa família, frustrando sua expectativa de ser tratada como filha adotiva. Concluiu o ensino médio e sonhava em fazer curso superior. Na combinação entre local e universal, era a personagem Cida quem incorporava todos os atributos da Gata Borralheira, incluindo as irmãs más, a madrasta e até uma [fada] madrinha.

Nessa estrutura, a “luta de classes” entre ricos e pobres dava movimento a trama. A oposição dualista entre os principais cenários também organizava o enredo. O Borralho, em alusão ao local de moradia da Cinderela nas fábulas, era uma imaginária favela carioca onde moravam os pobres da novela. Já o Condomínio Casa Grande, em alusão às casas da elite colonial descritas por Gilberto Freyre, era o condomínio fechado onde residiam os ricos. Nesse contexto, “bons” e “maus”, inicialmente embaralhados, aos poucos foram retomando seu devido lugar – os maus tendendo a ser punidos com a perda da riqueza e em alguns casos, terminando no Borralho. Já os bons sendo recompensados com felicidade, casamentos e ascensão social. O esquema era antigo, reencenado uma das estruturas básicas do melodrama (Xavier, 2003)⁷⁸, mas a roupagem – colorida e brilhante – trouxe um ar alegre e moderno para *Cheias de Charme*.

Entre as sete trabalhadoras que tive oportunidade de acompanhar como analisavam a trama⁷⁹, houve consenso de que *Cheias de Charme* “foi legal” por trazer para primeiro plano temas desvalorizados como o serviço doméstico e suas questões trabalhistas, assim como a importância da cultura musical e midiática para o universo popular feminino e urbano.

Incluindo uma série de diálogos sobre a necessidade de assinar a carteira de trabalho, tirar férias, folgar no mínimo uma vez por semana, etc –, a trama veiculou a temática dos direitos trabalhistas de maneira didática, aproximando-se de um *merchandising* social, conteúdo em voga nas telenovelas brasileiras desde os anos de

⁷⁸ Xavier (2003), ao retomar a análise sobre a estrutura do melodrama desenvolvida por Peter Brooks em *Melodramatic Imagination*, comenta algumas das características centrais ao gênero, como a sobreposição entre bem e mal com atributos morais, provendo a sociedade de uma “pedagogia do certo e do errado” (2003, p.91).

⁷⁹ Foram elas: Rosângela, Janaína, Luzinete, Marlene, Maria, Mariana e Érica

1990 (Hamburger, 2004). Se tivermos em conta propostas mais radicais de erradicar o emprego doméstico no Brasil, substituindo-o, por exemplo, por empresas especializadas em limpeza (Pochmann, 2012), o tema foi abordado pelo polo mais conservador, enfatizando o diferencial do Brasil em relação a outros países pela oferta abundante desse tipo de mão de obra, ainda que pouco valorizada⁸⁰.

Na pesquisa de campo, essas discussões trabalhistas foram notadas e, de maneira geral, bem avaliadas. Rosângela contou que conversou com algumas amigas de mesma profissão e elas concordaram que a novela “*ajudou*” a explicar os direitos da empregada e a enfatizar para os patrões que eles devem ser respeitados. Já Luzinete concluiu que gostou por um lado, mas se decepcionou por outro. Tomando como exemplo a cena em que a vilã Chayenne, então patroa de Penha, jogou um prato de sopa em cima dela em uma briga, Luzinete disse perceber que era tudo muito exagerado. “*A realidade não é assim*”, refletiu. Relembrando suas últimas três experiências profissionais⁸¹, Luzinete concluía que, atualmente, as tensões presentes entre patroas e empregadas são mais veladas, o que as torna ainda mais difíceis de serem julgadas. De todo modo, lhe pareceram importantes as cenas em que a disputa na justiça por motivos trabalhistas foi vencida pelas domésticas⁸².

De modo geral, ainda que por meio de uma estética “*exagerada*”, conforme indicou Luzinete, o debate sobre direitos trabalhistas na telenovela foi inovador para o gênero. Realizado paralelamente em *Avenida Brasil* (Globo, 21h, 2011), por meio das reivindicações da protagonista Nina – então doméstica na casa de sua madrastra

⁸⁰ A cena exibida em 28/06/2012, em que Penha jantou com sua ex-patroa Dra. Ligia e seus familiares foi ilustrativa nesse sentido: a personagem Liara, que havia morado muitos anos em Barcelona, comentou como na Europa quem fazia os serviços domésticos remunerados eram imigrantes, que cobravam por hora e eram bem mais escassas do que no Brasil. Dra. Ligia enfatizou que esse era o diferencial do Brasil, poder contar com excelentes trabalhadoras para fazer comida caseira e cuidar bem das crianças.

⁸¹ Das três últimas experiências profissionais como doméstica vividas por Luzinete, nenhuma terminou bem. Na primeira, preparou o almoço do filho da patroa, mas ele ficou jogando videogame; quando veio comer, reclamou que estava frio. Ela então disse, na frente de sua irmã mais velha, que não iria esquentar porque o havia chamado muitas vezes e ele ignorou. À noite, a irmã contou para a mãe e no dia seguinte ela foi demitida. No segundo emprego, diante de uma enorme quantidade de roupa acumulada para lavar e secar, Luzinete resolveu estender um varal na frente da casa. Quando a nova patroa chegou, ficou horrorizada e disse que aquilo ali “*não era barraco*”. Luzinete se ofendeu; segundo ela, por mais que ela more na favela, “*ela acha que tá falando com quem?*”. Pediu as contas. No terceiro emprego, depois de um mês indo tudo bem, a patroa começou a lhe enviar diariamente torpedos pelo celular com mensagens como “deixar os panos de chão mais brancos”, “limpar melhor o piso dos quartos”. Luzinete conta que achou aquilo muito chato. Diante de uma oportunidade como auxiliar de limpeza em uma firma, ela pediu demissão. Ganhava menos, mas acreditava que estava valendo a pena por ter as regras mais claras.

⁸² Na trama de *Cheias de Charme*, após a protagonista Penha ter sido agredida pela patroa Chayenne, a empregada doméstica entrou na justiça, pedindo indenização por danos morais. Diante da defesa “exemplar” realizada pelo seu irmão, o advogado Elano, Penha ganhou a causa e Chayenne teve que cumprir pena comunitária. Conferir anexo.

Carminha –, o tema da “vingança da empregadinha”, conforme denominou Hamburger (2012), teve uma série de repercussões na imprensa⁸³ e apontou para mudanças importantes na caracterização da empregada doméstica na televisão brasileira. Se por décadas a personagem tentou discutir pelas brechas sua posição social desvalorizada, agora a questão era feita abertamente. Embora eu não tenha formalmente realizado pesquisas entre patroas, ocasionalmente em uma festa ouvi uma conversa que foi representativa das reações que a temática causaria nos setores mais conversadores das classes médias e altas. Duas senhoras falavam sobre televisão, até chegarem ao assunto *Cheias de Charme e Avenida Brasil*, ambas então no ar. Nesse diálogo, as senhoras concordavam que “as empregadas já estavam cada dia mais folgadas”, imaginasse dali em diante, com as telenovelas “ensinando a entrar na justiça” para lutar por conflitos trabalhistas. “A televisão é o que mais estraga elas”, concluiu a outra, rapidamente mudando de assunto⁸⁴.

Uma das características da telenovela brasileira, segundo análise de Cristina Costa (2000), seria seu caráter ambíguo: “a referência constante ao cotidiano local, a ironia e o erotismo sempre presentes, uma certa maneira de desmistificar as instituições e os representantes das diversas camadas sociais fazem da nossa telenovela um produto que, ao mesmo tempo, reifica a sociedade na qual atua e debocha dos seus valores” (2000, p.156). Para a autora, *Beto Rockfeller*, exibida pela TV Tupi entre 1968 e 1969, já seria expressiva dessa tendência: ao mesmo tempo em que mostrava a ascensão social como o maior objetivo de vida, retratava a elite como um grupo ingênuo, vaidoso e infeliz. Desse modo, em contraposição a outros polos produtores de teleficções na América Latina, “talvez seja essa a maior característica de nossa telenovela – a contradição, a visão dialética do mundo e a ambiguidade” (Costa, 2000, p.157).

⁸³ Além da citada matéria escrita por Esther Hamburger, no qual ela discute o sucesso de *Avenida Brasil*, explicando-o, possivelmente, pelos “diálogos afiados” em um país “avesso ao confronto aberto” (2012), diversas reportagens destacaram o protagonismo de empregadas domésticas nessas duas novelas: “Novelas da Globo dão destaque à relação patroa/empregada doméstica” (Alencar, 2012), “Protagonistas de *Cheias de Charme* dizem que suas domésticas estão orgulhosas com a novela” (Uol, 2012); “Empregadas de *Avenida Brasil* vivem dia de patroa após ganharem aumento de salário” (Damião, 2012), entre outras.

⁸⁴ Embora presente – e bastante significativa – essa visão crítica e preconceituosa foi minoritária nas conversas informais que tive com pessoas de classes médias e altas sobre essas duas novelas. Os bons números de audiência fornecidos pelo Ibope e a repercussão que essas tramas tiveram na mídia já indicavam que a temática, na verdade, agradou um público de diferentes classes sociais. Isso, no entanto, não significa que algumas das atitudes encenadas de maneira crítica nessas novelas – como, por exemplo, o costume de separar a comida da empregada ou de incentivar-la a comer em uma mesa a parte – tenham sido alterados pelos integrantes dessas mesmas famílias.

Excetuando a ironia e o sarcasmo – umas das marcas da telenovela brasileira também para Hamburger (2005, p.85) –, essa conciliação entre crítica social e aceitação do poder constituído também parece ser uma das características do melodrama de modo geral, conforme análise de Ismail Xavier: “Há melodramas de esquerda e de direita, contrários ou favoráveis ao poder constituído, e o problema não está tanto numa inclinação francamente conservadora ou sentimentalmente revolucionária, mas no fato de que o gênero, por tradição, abriga e ao mesmo tempo simplifica as questões em pauta na sociedade, trabalhando a experiência dos injustiçados em termos de uma diatribe moral dirigida aos homens de má vontade.” (2003, p.93). Sem ser diferente e, portanto, “abrigoando e simplificando” diversas questões em pauta na sociedade brasileira contemporânea, *Cheias de Charme* mobilizou uma série de temas centrais à vida da espectadora empregada doméstica. Além das questões trabalhistas, a telenovela também tematizou de maneira lúdica e esquemática a desigualdade social e a dificuldade de acesso a serviços públicos de qualidade, como hospitais e escolas.

A música e o universo midiático que a cerca também foram tratados em *Cheias de Charme*. Dialogando com o imaginário simbólico sobre o consumo cultural entre empregadas domésticas, conforme discutido no capítulo dois desta dissertação, a novela discutiu a relação entre tal público e um consumo cultural específico. Nesse sentido, o fictício programa de rádio Bom Dia Dona Maria – ouvido, em sua maioria, por essas trabalhadoras –, e o cantor de sucesso Fabian, “o príncipe das domésticas”, foram ilustrativos desse movimento⁸⁵. A caracterização de tal universo contou com a consultoria de Hermano Vianna. Idealizada quase como um musical, a novela buscou dar espaço à variedade de ritmos existentes no Brasil, mesclando tecnobrega, sertanejo universitário, músicas românticas, hip hop e MPB. Apesar da mistura de ritmos ser usual nas produções da Globo, segundo os produtores de *Cheias de Charme*, houve aposta efetiva no que eles chamaram de “música popularíssima brasileira”. Para eles, “além de ser um universo totalmente afim ao das domésticas, a música popular também está passando por um momento riquíssimo de transformação, com a democratização do acesso aos meios de produção musical” (Globo, 2012). Assim, referindo-se aos processos de criação e divulgação musical que ocorrem atualmente em muitos bairros de periferia Brasil afora, o

⁸⁵ Na trama, diversos outros exemplos ilustram essa relação. Quando a cantora Chayenne foi cantar no sindicato das empregadas domésticas e viu que havia uma manifestação contra ela, devido a briga que teve com a sua ex-empregada Penha, Chayenne assustada disse para a câmera: “perdi o meu público!”.

processo de *trickle-up* – músicas de origem popular subindo até as elites – foi bastante valorizado na trama.

A caracterização do cantor romântico-sertanejo Fabian como “o príncipe das domésticas” foi um ponto importante de diálogo entre ficção e vida real. Na pesquisa de campo, sempre que eu perguntava às interlocutoras se lhes parecia que havia algum cantor correspondente na realidade, a resposta era certa: Amado Batista. No entanto, o “príncipe das domésticas” da ficção, em alguns casos, agradou mais do que o da realidade. Conforme explicou Elisangela, Amado Batista estaria mais ligado a uma imagem das “domésticas do passado”, mais “românticas”. Tanto que, na atualidade, o artista dividia opiniões. Se Maria ainda o adorava, conforme descrito no capítulo dois, para Lusinete, Mariana e Marlucia ele estaria totalmente ultrapassado. Ao tocar neste assunto, Mariana deu muita risada – “*é muito cafona*”, dizia, “*sorte que na novela o Fabian é bem bonito!*”.

Imagem 9: o cantor romântico-sertanejo Fabian, conhecido na trama como “o príncipe das domésticas”.

Nesse diálogo entre ficção e vida real, também as músicas cantadas pelas Empreguetes terminaram por fazer sucesso. Érica, fiel ouvinte da rádio Band FM, contou que as músicas tocaram como parte da programação dessa emissora. Ela achou divertido e inclusive durante algumas semanas colocou a canção “Vida de empregue”

como toque em seu celular. Pode-se dizer que o “hino” das empreguetes, de certo modo, funcionou. O marido de Érica inclusive passou a chamá-la de “empreguete”, brincadeira que lhe agradou, ela achou “*carinhoso*”.

Com esses diálogos, a novela conseguiu cumprir um dos desafios que se propôs: ser um produto *transmedia*, dialogando com o rádio e a internet. Ainda que a proposta tenha feito sucesso – os milhares de acesso que o vídeo das Empreguetes teve no *Youtube* antes de ir ao ar são indicativos –, no que se refere à Internet, tal inovação teve pouca repercussão entre as trabalhadoras que participaram da pesquisa. Maria, Rosângela, Luzinete e Janaína não viram nada de *transmedia*. Na verdade, elas pouco sabiam o que significavam os sites *Youtube* ou *Facebook* e poucas vezes se viram diante de um computador. Apesar desse desconhecimento não ser consensual – Marlúcia e Mariana já estavam conectadas ao mundo virtual – ele é indicativo da falta de acesso digital que ainda atinge milhões de pessoas no país.

Essas, porém, não foram as únicas questões técnicas relativas à produção que geraram dúvidas entre tais espectadoras. Quando, certa vez, perguntei à Luzinete o que ela estava achando da trilha sonora, percebi que se surpreendeu e acabou revelando que não sabia que as músicas eram sistematizadas para cada cena, como então expliquei; acreditava que tocavam aleatoriamente. Também Maria revelou dificuldades para compreender como o mesmo ator, Ricardo Tozzi, podia fazer dois papéis ao mesmo tempo (Inácio e Fabian), truque já corriqueiro em novelas.

Tais embaraços, compreensíveis diante da baixa escolaridade dessas trabalhadoras (Maria e Luzinete não concluíram o ensino fundamental), não as impedia, contudo, de terem bastante conhecimento das estruturas narrativas das telenovelas (quem fica com quem, o que vai acontecer com quem, etc). Quando assisti ao segundo capítulo com Maria, ela rapidamente ia localizando quem era “bandido” e quem era “inocente”, categorias que utilizava para se referir aos antagonistas e protagonistas da trama. Já no último capítulo, diante das resoluções dos casais com beijos e casamentos, Maria comentava, experiente e irônica, “*agora sim, cada um achando sua tampa!*”.

Nesse ritmo, se alguns temas importantes para a categoria profissional foram enfrentados em *Cheias de Charme*, ainda que de modo simplificador, estereótipos não deixaram de ser encenados, conforme veremos a seguir.

5. A empregada “sensual e sedutora”: dialogando com estereótipos

No que se refere à associação entre empregada doméstica e erotismo, *Cheias de Charme* buscou enfrentar o tema, tantas vezes já veiculado pela televisão brasileira. Manoel Carlos, conforme descrito acima, foi o autor responsável por algumas dessas cenas em *Mulheres Apaixonadas* (2003, 21h) e *Viver a Vida* (2009, 21h), entre outras, sempre gerando polêmicas.

Em *Cheias de Charme*, a temática foi abordada diversas vezes. A principal delas foi a sequência em que a empregada Penha (Tais Araújo) foi assediada na área de serviço do apartamento em que trabalhava pelo seu patrão, o fotógrafo espanhol Alejandro (Pablo Belini). Diante do assédio, Penha não cedeu, respondendo com um forte tapa na cara do estrangeiro⁸⁶. A escolha dos personagens para viver a cena – Penha, única “empreguete” negra, e Alejandro, o estrangeiro europeu – certamente não foram casuais. Conforme destaca Moutinho (2003, p.169), o par homem “branco” estrangeiro com mulher “mestiça” ou “negra” esteve fortemente relacionado ao ideal de construção da nação brasileira através de uma relação de dominação e erotismo. Desvendando as origens desse imaginário, Gilberto Freyre, em *Casa Grande & Senzala*, destacou como as escravas domésticas serviam também às fantasias eróticas de patrões⁸⁷, enfatizando o caráter sádico (mas admissível pela sociedade) dessa relação. Desde então, a fantasia com a “mulata sensual” foi amplamente difundida, dando lastro a tipos marcantes na literatura brasileira, como Rita Baiana, de *O Cortiço* de Aluísio Azevedo, e Gabriela, do romance que leva seu nome, de Jorge Amado (Moutinho, 2003).

Na televisão, conforme destacou Araújo (2004, p.260) ao analisar os trabalhos realizados por atrizes e atores negros em novelas brasileiras, esse estereótipo da “mulata sensual e sedutora” também foi reencenado diversas vezes, como por exemplo, na

⁸⁶ A sequência, exibida em uma quarta-feira, dia 9 de maio de 2012, teve início com Alejandro tomando uma cerveja na área externa do condomínio Casa Grande. Ao ver a babá Gracinha, mulata, ele corre em sua direção e tenta seduzi-la, pedindo para que ela suba com ele, já que o apartamento estava vazio (sua mulher, Dra. Ligia, viajou a trabalho). A babá o dispensa. Na cena seguinte, já dentro do apartamento, Penha vai à cozinha, de penhoar, pegar água e, ao ver Alejandro no ambiente, pergunta se ele quer que ela esquentar a janta. Ele responde, “caliente ya estoy, Penha” e acaba se aproximando dela, querendo agarrá-la. Penha lhe dá um tapa no rosto e grita “tu me respeita! tu respeita a tua mulher!”. Então bate a porta de seu quarto na cara do estrangeiro. No dia seguinte, ele pediu desculpas, alegando estar bêbado, ao que Penha o chama de descarado. Posteriormente, sem dar explicações à patroa, Penha pede demissão.

⁸⁷ Entre tantas outras situações, Freyre descreve como os senhores, caracterizados como possuidores de “sexo arrogantemente viril”, aproveitavam suas mãos quase inutilizadas para “amolegar os peitos das negrinhas, das mulatas, das escravas bonitas dos seus haréns” (2006, p.518). Já os rapazes da casa-grande iniciavam-se sexualmente “através de práticas sadistas e bestiais”: após experimentações com animais domésticos ou frutos, eram introduzidos ao “grande atoleiro da carne: a negra ou a mulata” (2006, p.455).

telenovela *Mandala* (Globo, 1987, 20h30), de Dias Gomes, por meio da sedutora personagem Eurídice, vivida pela atriz Aída Leirner. Diante desse imaginário, entre as profissões possíveis para a “mulata sensual”, empregadas domésticas e prostitutas são as mais recorrentes⁸⁸.

Nesse contexto, para muitas atrizes negras, interpretar personagens de mulher sedutora e/ou de empregada doméstica, pode se tornar um dilema. A atriz Roberta Rodrigues, que interpretou a empregada doméstica Zilda, de *Mulheres Apaixonadas* (2003), iniciando sexualmente o filho dos patrões, comentou em entrevista as dificuldades enfrentadas para realizar o papel⁸⁹. Também a atriz Zezé Motta revelou como, ao longo de sua carreira, teve de lidar diversas vezes com a associação problemática entre sua cor e o papel de empregada doméstica. Entre outros casos, Zezé Motta revelou que após o sucesso de sua personagem no filme *Xica da Silva* (1976), foi convidada pelo diretor Zimbienski para fazer a adaptação de uma obra de Clarice Lispector. Quando a atriz foi verificar o roteiro, sua personagem era uma empregada doméstica, papel que a introduzira na televisão. Ela recusou, declarando “empregadas, nunca mais!” (Murat, 2005, p.70). Anos depois, Zezé Motta acabou aceitando interpretar uma empregada em *Transas e Caretas* (1984, Globo), de Lauro Cesar Muniz, papel que gostou: “o problema não era ser empregada, o problema era entrar muda e sair calada. Isso eu já tinha feito e não precisava mais.” (Murat, 2005, p.70). A atriz Tais Araújo, que antes de interpretar a Penha, em *Cheias de Charme*, já havia realizado diversos papéis de sucesso, como a primeira protagonista negra do horário nobre (*Viver a Vida*, Globo, 2009), também foi indagada se aceitaria fazer tal papel, o primeiro de sua carreira: “me perguntaram se eu não me importava em interpretar uma empregada doméstica. Minha preocupação é ser um bom personagem” (Marie Claire, 2012, p.118).

Na pesquisa de campo realizada para esta etapa da pesquisa, a cena de assédio sexual sofrida por Penha não passou despercebida. Na semana em que foi ao ar,

⁸⁸ A associação entre empregadas domésticas e sexualidade também foi amplamente explorada pela pornochanchada brasileira, nas décadas de 1970. Nesse contexto, destacou-se o filme “Como é boa a nossa empregada”, de 1973.

⁸⁹ Conforme depoimento da atriz Roberta Rodrigues: “as pessoas julgavam muito por ser uma empregada e eu ser negra, mas isso aí nunca me incomodou, até porque é melhor você está ali representando uma classe, do que você não estar. Daí eu falei que se para chegar onde eu queria eu tivesse que passar por isso, então eu iria.(...) até porque ela tinha aquela relação com o filho do patrão, que não era uma coisa que favorecesse a ela em nada, pois ele não tinha grana. Não tinha nada disso, foi um momento de adolescência dos dois, uma troca legal, foi muito legal participar”.

In: <http://www.mulheresdocinemabrasileiro.com/entrevistaRobertaRodrigues.htm>

Rosângela comentou que havia gostado do modo como Penha reagiu diante do assédio cometido pelo estrangeiro. Lembrando que a prática já foi muito difundida no Brasil, Rosângela contou como ela mesma, quando jovem, foi “*atacada*” por um patrão. Entre outras histórias de violência sexual que me foram contadas ao longo da pesquisa, a empregada doméstica Maria Clara também relatou um caso que marcou sua trajetória:

Uma vez um patrão veio de gracinha, foi horrível, eu dei um tapa na orelha dele. A minha patroa tinha saído, era lá em São Bernardo, os dois brigaram e ela pegou e foi embora. Eu perguntei, e eu, vou ficar como? Ela disse, você fica porque você é acostumada com os meninos, tem que fazer comida. E ele [o marido] vai te pagar. [...] Aí eu tava lá na lavanderia lavando roupa, ele me chamou, eu fui. Quando eu cheguei ele tinha botado filme de sexo. Aí ele me agarrou [...]. Eu piquei o [murro] no pé da orelha dele e sai. [...]

E como você reagiu depois, você tentou entrar com processo contra ele?

Não. Nada. Eu nem peguei o pagamento. Esqueci de tudo. Nunca mais apareci lá. Porque muitos assim confundem, né? Só porque a gente... pensa que a gente é qualquer uma. Mas eu já falo logo, não vem confundir amizade com liberdade, não. [...] E teve outra vez também que... No apartamento lá [onde trabalho] veio um zelador falar asneira pra mim, eu falei, eu chamo o meu marido e ele mete uma faca em você. [...] Que não é só porque agente é empregada que é vagabunda, né? Porque tem muitas que vai na safadeza mesmo, mas não vem confundir. Porque se a gente não dá um chega pra ela, já viu, é problema.

A fala de Maria Clara detalha o modo como a associação entre empregadas domésticas e sexualidade ainda se faz presente em muitos contextos. Diante do contato no espaço doméstico, privado, muitos patrões acreditam que podem subjugar essas trabalhadoras, transformando-as também em objeto sexual. É como se mediante o pagamento da diária da faxina, a tarefa sexual viesse de brinde. Tal associação, amparada por práticas muito difundidas no passado, encontra respaldo no imaginário que continua a ser reproduzido na atualidade.

Em *Cheias de Charme*, ainda que com sua atitude Penha parecia querer revidar essa longa história de abusos sexuais sofridos por empregadas, também se reencenaram alguns desses estereótipos. Um dos principais figurinos artísticos das *Empreguetes* consistia em uniformes estilizados sobre corpetes de renda, compostos com cintas-ligas pretas. Diluídas nas coreografias e brincadeiras do trio que tanto agradaram o público

infantil, o apelo erótico dessa vestimenta típica de *sex-shops*, passou quase despercebida pelo público. Em uma das músicas interpretadas pelas Empreguetes, intitulada “Marias Brasileiras”, também podemos encontrar apelos semelhantes: “Maria sem-vergonha; Marias sensuais; [...] Maria na pia; Maria na feira; Maria falando, escutando besteira [...]”. Embora a associação entre cantoras do mundo *pop* e sensualidade seja comumente explorada, tal como no caso emblemático da cantora norte-americana Madonna, a exploração dessa imagem por meio da empregada doméstica, como vimos, remete a um imaginário que é prejudicial para a categoria profissional. Já o personagem Alejandro, após passar por toda a trama abordando diversas empregadas sem sucesso, por fim conseguiu se relacionar com a “piriguite” Brunessa, que substituíra sua tia no trabalho⁹⁰. Assim, despindo uniforme e avental, a relação sexual entre Brunessa e Alejandro mais uma vez reencenava essa polêmica relação.

Imagem 10: cena do clipe “Vide de Empreguete”, com uniforme e cinta-liga.

De maneira geral, a associação entre trabalhos domésticos e feminilidade tampouco escapou de estereótipos na trama de *Cheias de Charme*. Se as telenovelas brasileiras já incorporavam na heroína de classe média o ideal da mulher que dá conta de uma série de tarefas – “tem sua profissão, são economicamente ativas e

⁹⁰ A cena foi exibida no dia 14 de agosto de 2012. Brunessa, a “periguite” da novela, substituíra a sua tia Jurema – então empregada de Dra. Ligia, após Penha ter saído do serviço e se tornado famosa – no trabalho. De uniforme e avental, ela demonstrou claro interesse pelo patrão estrangeiro, iniciando uma relação sexual. Inesperadamente Dra. Ligia chegou de viagem e pegou os dois no flagra, expulsando-os de seu apartamento.

independentes, têm vida sexual ativa e feliz”, além de ser boas mães e esposas (Almeida, 2007b, p. 183) – esse ideal espraia-se para as demais classes sociais. A personagem Penha foi ilustrativa dessa tendência: empregada doméstica competente, que cuidava de sua casa e sentia responsável pelo bem-estar de todos os familiares, além de ser vaidosa, bonita, arrumada, divertida e sensual. Assim, além de cumprir com todas as atividades de sua vida particular – não sem conflitos e sofrimentos –, a “empreguete” ainda garantia o cuidado da casa e dos familiares da patroa, atividades vistas como eminentemente femininas. Talvez o próprio termo “empreguete” tenha sido apropriado visando esse ideal: derivado de “piriguete”, termo ambíguo que remete a mulher insinuante e “empoderada”, porém presa a uma série de performances e estereótipos sensuais.

6. Pé de chinelo ou de salto alto? Ascensão social, consumo e “autoestima” entre as Empreguetes

A ascensão social é tema recorrente nas telenovelas brasileiras. Pode-se dizer, talvez, que sua maior ou menor centralidade varia de acordo com os contextos socioeconômicos nos quais as tramas são produzidas. Segundo Joel Zito Araújo, a encenação recorrente da mobilidade social no final da década de 1960 e durante a década de 1970, período que ficou conhecido como o “milagre econômico”, não é casual (2004, p.107)⁹¹. Nesse contexto, o arrivista Beto Rockfeller, da trama que levou seu nome em 1968, seria bastante expressivo do período (Araújo, 2004; Costa, 2000).

Contextualizada num cenário erigido a partir dos anos 2000, marcado por alterações socioeconômicas que incidiram no padrão de vida das classes populares, *Cheias de Charme* também retratou o “sonho” da mobilidade social, recolocando-o como um dos principais objetivos de vida. Assim, quando no primeiro capítulo as protagonistas Penha, Cida e Rosário se conheceram numa delegacia, o pacto ali travado e repetido diversas vezes ao longo da trama já revelava o desejo eminente por ascensão social: “dia de empreguete, véspera de madame!”.

Um discurso motivacional, típico de manuais de autoajuda, as acompanharia nessa luta, sendo tema das principais canções do trio. Assim, a música “Nosso brilho”

⁹¹ De acordo com Araújo, “com exceção das novelas adaptadas de romances clássicos da literatura brasileira, quase todos os sucessos daquele período, quando se referiam a histórias desenroladas no contexto urbano, tinham direta ou indiretamente como temática os efeitos da mobilidade social no destino dos seus personagens” (2004, p.107).

impulsionaria a crença no poder pessoal por meio de versos como “não importa qual a sua cor, nem tampouco se você errou, o teu sol só faz você raiar, acredita!”. A letra de “Vida de empregue”, que as lançou como cantoras de sucesso, também é interessante para compreendermos o ideal de ascensão social que as movia:

Todo dia acordo cedo / Moro longe do emprego / Quando volto do serviço, quero o meu sofá / Tá sempre cheia a condução / Eu passo pano, encero chão / A outra vê defeito até onde não há / Queria ver madame aqui no meu lugar / Eu ia rir de me acabar / [...] Minha colega quis botar / Aplique no cabelo dela / Gastou um extra que era da parcela / As filhas da patroa / A nojenta e a enjoada / Só sabem explorar, não valem nada [...]. Levo vida de empregue / eu pego às sete / Fim de semana é salto alto e ver no que vai dar / Um dia compro apartamento e viro socialite / Toda boa, vou com meu ficante viajar.

Temos aí elencados uma série de pontos importantes para esta análise: a rotina repetitiva da empregada doméstica, a sensação de pouca valorização profissional diante dos patrões, o desejo de inversão dos papéis sociais (empregada vira madame e madame vira empregada), o endividamento diante dos gastos com a imagem pessoal (alisamento do cabelo e uso de salto alto) e o plano de ascender socialmente, possivelmente virando “socialite”. O sonho da “empregue”, neste caso, passa longe da política ou da reforma social. O que ela quer é ascender, consumir, desfrutar e, se possível, não trabalhar.

Para entender a implicação de tais ideais é necessário, em primeiro lugar, localizar esse discurso na mídia que o veicula. A televisão comercial, conforme destaca Almeida (2007b) possui um papel econômico, cultural e comercial de promover o consumo e o desejo por bens. Ao transformar espectadores em consumidores, tal mídia cria novas disposições para o consumo (2007b, p.179). Indo além dos anúncios publicitários e do *merchandising*, o próprio texto da novela ensina como usar e combinar uma série de bens, mostrando a importância que apresentam na criação de estilos pessoais (Almeida, 2007b, p.185). Sem ser diferente, *Cheias de Charme* realizou *merchandising* de uma série de itens como produtos de limpeza, sapatos e maquiagens⁹². Também a própria trama realçou a todo momento a importância para a

⁹² O merchandising da Avon, em especial, foi bastante repetido. Lutando, provavelmente, contra a pecha de marca utilizada no Brasil sobretudo por integrantes das classes populares, na trama quem utiliza o creme contra envelhecimento era a distinta advogada Dra. Ligia. Também as Empreguetes quando famosas passaram a usar essa marca de maquiagem.

mulher de classe popular de se arrumar e cuidar de seu corpo, de sua casa e de sua família.

Essa associação entre consumo, beleza e cuidados pessoais visando o aumento da autoestima e, possivelmente, a ascensão social, é recorrente na indústria cultural e, muito provavelmente, vem se acentuando neste século XXI. Ao discutir o sucesso da revista *Raça Brasil* no início dos anos 2000 no Brasil, o antropólogo Peter Fry (2005) levantou alguns pontos importantes para esse debate. Para os criadores da revista, era papel deles auxiliar o homem e a mulher negra a se embelezar. Tal como feito em uma série de revistas de beleza não segmentadas por cor da pele, esse produto ajudaria esse segmento a conseguir melhores posições no mercado de trabalho e no mercado erótico-afetivo. Segundo Fry, os agentes do mercado estavam “convencidos de que um aumento da beleza leva a um aumento da autoestima” (2005, p.266). Se, nas disputas por empregos e por parceiros sexuais, a aparência é importante para todos, tornava-se fácil compreender o sucesso da revista. Desse modo, ao promover a beleza negra e a autoestima desse segmento, a revista *Raça Brasil* terminaria por ter um papel político de enfrentar a discriminação e a desigualdade, “ainda que dentro da ordem social existente” (Fry, 2005, p. 268).

Assim, do mesmo modo como a revista *Raça Brasil*, num exercício mercadológico, esforçou-se para “valorizar” o homem e a mulher negra de classe média pelo reforço positivo em sua autoestima, *Cheias de Charme* buscou promover as empregadas domésticas por meio de uma fórmula similar: essas trabalhadoras podem sim ser bonitas, alegres e consumidoras. Mais do que podem, elas *devem* deixar para trás o “pé de chinelo” e andar de salto alto, numa atitude autoafirmativa proporcionada pela aparência. Tal propósito era explícito. Isabel Oliveira, autora da trama, destacou que era sua intenção retratar as empregadas domésticas como integrantes da “classe C em ascensão” e assim, “falar da *autoestima* dessa classe” (Globo, 2012, grifo meu).

Talvez seja essa a chave para compreendermos a principal *ideologia*⁹³ de *Cheias de Charme*: ao representar empregadas domésticas bonitas, bem vestidas, otimistas, possuindo itens de consumo de última geração e tendo uma casa arrumada, ainda que na favela, tais características revelavam-se indicativas de que a diferença entre a

⁹³ Uso aqui a palavra ideologia no sentido cunhado por Stuart Hall ao discutir o processo comunicativo. Para este autor, partindo de uma compreensão teórica althusseriana, qualquer formação social é composta por política, economia e ideologia (2009, p. 342). A ideologia, mais especificamente, seria “onde o poder sobrepassa o conhecimento e o discurso [...]; a ideologia é uma tentativa de fixar o significado” (2009, p.348).

“empreguete” e a “madame” é pequena e, a qualquer momento, poderá ser superada. Assim, ao invés de uma desigualdade social *naturalizada* e *intransponível*, encena-se uma desigualdade *conjuntural* e *passageira*. Desse modo, se essa mulher a qualquer momento tiver uma oportunidade de mudar de vida (por meio do estudo, do trabalho ou graças a um golpe de sorte), ela, em si, é igual às “madames” e, ao menos no plano da aparência (que, na verdade, é o que mais importa ao lado do bom caráter), já está praticamente pronta para a nova posição. E para embasar tal mensagem, *Cheias de Charme* conseguiu engenhosamente unir o contexto socioeconômico propício, de maior mobilidade social da “nova classe C”, com um plano universal, típico das fábulas, tal qual Cinderela.

Assim, entender a maior inclusão social nessas representações requer compreender também os interesses do mercado. Ou seja: as “empreguetes” de *Cheias de Charme* puderam reivindicar direitos trabalhistas, respeito e cidadania no “mundo ficcional”, por terem se constituído no “mundo real” como consumidoras a serem levadas a sério e fidelizadas pelas emissoras de televisão.

Essa fórmula, de “empoderamento” pelo consumo e pela autoestima, não é exclusiva de *Cheias de Charme*, já estando presente em outras representações discutidas acima e difundindo-se cada vez mais nas mídias. Quando inserida num contexto socioeconômico específico que lhe dá sentido, tal qual o brasileiro atual, tal mensagem emplaca, ao mesmo tempo respondendo e criando demandas.

Em passagem destacada por Fry (2005), Sahlins (2003) comentou o processo geral de circularidade na sociedade capitalista: “o produto que chega ao seu mercado de destino constitui uma objetivação de uma categoria social, e assim ajuda a constituir esta categoria na sociedade; em contrapartida, a diferenciação da categoria aprofunda os recortes sociais dos sistemas de bens” (Sahlins, 2003, pp.184-5). Ou seja, a constituição de categorias sociais pelo mercado insere-se num *processo* cultural em que produção e demanda se criam mutuamente. Ao pensar no caso específico de *Cheias de Charme*, a mensagem de fortalecimento individual pelo consumo aí veiculada, ao mesmo tempo produz e responde as demandas de certa categoria: a das empregadas domésticas potencialmente consumidoras. Ainda que, em outro plano, o que se busque seja respeito e melhores condições de vida, tal mensagem encontraria lastro na vida real.

Em campo, o tema do consumo, da beleza e possivelmente, da ascensão social, de um modo ou de outro, estava presente no horizonte de todas as trabalhadoras pesquisadas. Marlúcia, em especial, era uma mulher que, conforme descrito nos

capítulos anteriores, investia em sua autoimagem tal qual as “empreguetes” da televisão. Sendo assim, projetou-se facilmente na protagonista Rosário. Segundo Marlucia, ao lutar pelo sonho de tornar-se cantora famosa, a personagem revelou ser uma mulher que “*quer conquistar coisas*”, “*quer ir além*”, como ela. Ambas eram vaidosas, gostavam de andar na moda. Resumindo, eram “*parecidas*”. Certa vez, quando fui a sua casa conversar sobre a novela, Marlucia declarou-se em “*crise de relacionamento*” com o marido de muitos anos. O principal motivo era que ele era um homem “*parado*”, “*sossegado demais*”, que, “*não dança*”, “*não estuda*”, “*não faz uma academia*”; conformado com o emprego, chegava do serviço e já se sentava para assistir à televisão; aos finais de semana, quase nunca queria sair, tampouco gostava de se arrumar. Já Marlucia dizia sentir-se diferente, ela queria mudar de vida. Conforme anotei em seguida a essa nossa conversa, ela dizia “*não é que eu queira ser mais do que eu sou, viver em outro mundo, mas é querer subir, querer ir pra cima*”⁹⁴. Ao contrário de Rosário, entretanto, Marlucia não possuía talentos musicais e sequer havia concluído o ensino médio. O investimento na aparência pessoal era, assim, por ora, sua única e melhor estratégia.

Foi Marlucia quem chamou a atenção para esse ponto importante sobre a telenovela. Segundo sua análise geral sobre a trama, apesar de não retratar tão bem a “*realidade*” do emprego doméstico, o folhetim tinha o importante papel de mostrar aos patrões que aquela pessoa que estava lhe servindo, “*hoje*” é empregada doméstica mas a qualquer momento pode mudar de vida (“*pode ser outra coisa amanhã*”), possivelmente frequentando os mesmos ambientes e vestindo as mesmas roupas que os empregadores.

O ponto importante aqui é o modo como tais hierarquias sociais estavam sendo encenadas e interpretadas. Assim, nesse processo cultural, tanto para as “empreguetes” de *Cheias de Charme*, como para Marlucia, a diferença entre empregadas e patroas deixava de ser quase intransponível, como fora encenada diversas vezes, para ser conjuntural, podendo ser ultrapassada ao menos no plano do “sonho”.

No entanto, se Marlucia entregava-se a essa ideologia de maneira mais destemida (e ingênua), a análise resignada da diarista Maria tornava mais claro o mecanismo artificioso aí entrelaçado.

⁹⁴ Marlucia dava como exemplo da discórdia entre ela e o marido a casa em que viviam, em favela na divisa de São Paulo com Diadema. A entrada da casa é pela cozinha e o que inicialmente fora imaginado como sala, acabou se tornando o quarto deles; o quarto, que era para ter sido feito sobre a laje, nunca foi construído. E ela sempre insistindo para ele: “*vamos arrumar isso, casa de rico entra pela sala*”, porém o marido não queria saber de mudanças.

7. Os sonhos de Maria: espelho mágico

Ao longo desta pesquisa, a situação social de Maria, ao invés de melhorar, foi piorando. A doença de sua mãe se agravou e ela a trouxe de Minas Gerais para sua casa, dedicando-se a tais cuidados. Ficando sem muita opção, teve de abrir mão de todos os dias de faxina, exceto sábado. O marido, descontente com a sogra na residência, alongou seus períodos no bar após o serviço. Ainda sem o cadastro no Bolsa Família (ela esperava por meses), passou a depender da aposentadoria da mãe e da (rara) boa vontade do esposo. Com o dinheiro curto, enfiada em casa com a mãe e as crianças no meio da favela em Diadema, Maria passou a se dedicar ainda mais à televisão, entregando-se de vez a esse “éter caseiro” (Miceli, 2005).

Maria, assim, alternava sua rotina entre os trabalhos domésticos em sua própria casa, a televisão e os sonhos. Sonhava em ser atriz de televisão. Sonhava com uma casa grande, em bairro que não fosse favela, com uma suíte para cada membro da família. Sonhava com um futuro melhor para os filhos. Sonhava com um marido que parasse de beber e a tratasse com afeto. Grande parte de nossas conversas em sua cozinha eram sobre isso. Para tanto, enviava cartas ao programa do Gugu para o quadro “Minha casa, minha vida” e fazia “campanhas” pagas na igreja evangélica que frequentava. Suas chances de conquistar tais sonhos, eram ínfimas (exceto, talvez, pelo futuro dos filhos pequenos), e ela, no fundo, sabia disso.

Cheias de Charme, sem ser diferentes de tantas outras novelas que ela já acompanhara na vida, encaixava-se nesse seu universo de projeções. Assim, no segundo capítulo, Maria já resumia: “a novela é sobre empregadas que gostam de sonhar, né? E quem não gosta?”. Nessa mesma conversa, desenrolada diante de uma sequência em que a personagem Cida, então empregada doméstica da mansão dos Sarmentos, se mostrava apaixonada pelo *playboy* Conrado, sua filha de sete anos acrescentou “*eu também quando crescer vou sonhar de casar com um homem rico!*”. Essa associação entre projeções e fantasias entre espectadoras de televisão é recorrente uma vez que, como afirmada Ien Ang, “fantasia e ficção são os espaços do excesso, seguros, que existem nos interstícios da vida social ordenada” (Ang, 1996, p.95).

Porém, de tudo o que aconteceu no enredo de *Cheias de Charme*, o que mais marcou Maria foi o personagem Dr. Otto. Ao longo dos meses que durou a trama, cada vez que eu ia a sua casa conversar ou assistir conjuntamente à novela, ela vinha dizendo “que coroa o Dr. Otto, hein?”, “bonito, educado...”. E brincava, “um coroa desses não

brota na minha horta!”. Maria, com seu humor de sempre, estava bastante envolvida. No último capítulo, diante das minhas perguntas sobre sua opinião para tal ou qual desfecho, ela só queria conversar sobre o relacionamento entre o Dr. Otto e a Ivone, empregada doméstica evangélica que então maquiada e bem vestida, sorria a todos mostrando que se tornara a respeitável esposa do rico advogado. Durante a cena, Maria exclamava: “*ela merece!*”, “*ela ficou mais linda que as outras!*”. Entregando-se a esse romance entre Ivone e Dr. Otto, Maria via, mais uma vez na televisão, um espelho mágico: Ivone, afinal, era exatamente como ela nos tais sonhados sonhos, gata borralheira transfigurada em Cinderela.

Após meses de convivência mais ou menos frequente, assisti juntamente com seus dois filhos menores ao tão esperado último capítulo de uma novela. No show de despedida das Empreguetes, as protagonistas declararam: “essa foi uma homenagem a todas as Marias desse país. Quem é Maria levanta a mão?”. Na cama, os filhos de Maria, brincando, agitados diante de minha presença, gritavam, “*minha mãe é Maria!*, *minha mãe é Maria!*”. Maria sorriu, contente e irônica, diante da homenagem que a Rede Globo lhe proporcionava.

Com o fim do episódio, as crianças já mudaram de canal e Maria foi para a cozinha esquentar a janta. A rotina rapidamente se refazia. Sem maquiagem, “salto alto” ou qualquer outra mostra de glamour, era mesmo naquela cozinha simples que sua vida seguia. Filha de uma longa geração de agricultores pobres, para Maria, a pobreza e a desigualdade social eram fantasmas que não saíram de sua espreita na cidade grande. Mas dali a pouco começaria outra novela. Amanhã outra, e depois outra. E, pelo menos por ora, na vida dura dessa Maria, pouca coisa mudou.

Considerações finais

Alguns dias após a promulgação da “PEC das Domésticas”, em abril de 2013, liguei para a diarista Maria para saber se ela havia visto na televisão ou no rádio alguma repercussão sobre a emenda constitucional que passou a equiparar os direitos dessas trabalhadoras às demais categorias profissionais. A par da discussão, Maria exclamou: “*você viu, as empreguetes conseguiram!*”. Referindo-se às protagonistas da telenovela *Cheias de Charme* (Globo, 2012, 19h30), Maria atribuía também a elas a importante aprovação de mudanças na carta constitucional.

Ainda que esse projeto de lei já estivesse em tramitação desde 2010⁹⁵, na novela exibida em 2012 o tema não foi discutido, certamente por ser considerado polêmico. A militância então liderada por Maria da Penha, uma das protagonistas, defendia apenas os direitos já existentes na época, como a obrigatoriedade de os patrões assinarem a carteira de trabalho e concederem folgas semanais para empregadas mensalistas. No entanto, se lembrarmos que, conforme destacou McClintock (2010), o “trabalho doméstico das mulheres foi objeto de um dos atos de desaparecimento mais bem sucedidos da história moderna” (McClintock, 2010, p. 58), tratar abertamente o tema em horário nobre na TV não deixou de ser bastante inovador. Dentro da lógica da indústria cultural, na qual, citando Adorno (1968), “cada produto dessa indústria é seu próprio reclame”, e sem deixar de reproduzir uma série de estereótipos, *Cheias de Charme* deu visibilidade a empregada doméstica que trabalha duro e luta por mais cidadania.

Dessa maneira, para Maria estava claro que a *militância ficcional* das personagens e a *conquista real de direitos* eram fatos diretamente relacionados. Embora não seja possível mensurar o quanto a maior visibilidade dada nacionalmente a essas personagens na televisão contribuiu para a aprovação da emenda constitucional, certamente Maria tinha alguma parcela de razão. De todo modo, tal argumento chamava a atenção para a circularidade entre ficção e realidade diante da importância da indústria cultural no país, sobretudo no meio social estudado.

A fala de Maria reforçou também algumas conclusões alcançadas ao longo deste trabalho. Retomando: o objetivo desta pesquisa foi compreender a relação entre empregadas domésticas e mídias do ponto de vista da produção e reprodução simbólica de hierarquias e desigualdades. Desenvolvida por meio de pesquisa de campo, pesquisa

⁹⁵ A “PEC das Domésticas”, como ficou conhecida, trata-se da Emenda Constitucional n.72 de 2013. Originou-se da PEC 66/2012, de autoria do deputado Carlos Bezerra (PMDB-MT), proposta em 2010.

bibliográfica e pesquisa em diferentes mídias (rádio, televisão, internet, jornais e revistas), durante todo o trabalho procurei conciliar uma análise que destacasse recorrências no universo estudado, assim como suas nuances e matizes.

No capítulo um, esbocei um panorama do emprego doméstico na sociedade brasileira, reconstituindo dois movimentos, “de criadas a trabalhadoras” e de “trabalhadoras pobres a consumidoras da classe C”. Mobilizando aspectos como trabalho, gênero, classe social e consumo, busquei evidenciar como a atividade profissional da empregada doméstica passou por uma série de transformações no Brasil. Ao analisar os debates atuais sobre a profissão, indiquei a coexistência na mídia de dois discursos contraditórios e sobrepostos: de um lado, discursos que enfatizam os estigmas associados à profissão, majoritariamente feminina, negra e pobre. De outro, discursos que destacam a crescente escassez dessas profissionais no Brasil, as quais estariam cada vez mais escolarizadas e “empoderadas”. Por meio da realização da pesquisa de campo, pude verificar como tais ambiguidades se fazem presentes também nos discursos das próprias trabalhadoras, assim como em representações da personagem na televisão.

De modo geral, foi possível constatar como, ao menos em São Paulo, o acesso a direitos sociais e trabalhistas para empregadas e empregados domésticos foi ampliado e que os rendimentos também melhoraram. De modo similar, o padrão de consumo dessas trabalhadoras alterou-se, processo que se deu em paralelo a uma mudança social mais ampla, no qual as camadas sociais consideradas pobres, moradoras de periferias e favelas, teriam “ascendido” para a “classe C”. De todo modo, é preciso frisar como a profissão da empregada doméstica continua sendo uma atividade socialmente desvalorizada, realizada por mulheres oriundas das camadas pobres da sociedade. Ainda é essa mão de obra que permite que milhares de pessoas de classes médias e altas trabalhem fora, transferindo os cuidados com alimentação, casa, crianças e idosos.

Sendo o consumo de bens, simbólicos ou materiais, um dos fatores centrais à estratificação social contemporânea, como esse tema é vivenciado pelas empregadas domésticas pesquisadas? Assim, no capítulo dois, analisei as preferências culturais, sobretudo de rádio e televisão, entre trabalhadoras domésticas em São Paulo. Socialmente marcadas pela posse de pouco capital cultural, como essas mulheres se movimentam nesse universo? Quais bens culturais são consumidos e valorizados no cotidiano? Por meio de um mapeamento desse consumo cultural, organizei três perfis – a saber, “românticas”, “descoladas” e “evangélicas” – que tornaram, ao menos para mim, mais inteligível esse complexo universo de preferências culturais. Ao confrontar

os dados analisados com a bibliografia sobre indústria cultural e cultura de massas, procurei compreender porque os bens culturais mais desvalorizados socialmente possuem tanta penetração no meio estudado. Retomando a argumentação de Bourdieu, foi possível verificar como a constituição social do “gosto” depende de uma série de espaços sociais – família, escola e profissão – que reforçam tudo aquilo que é tido como aceitável naqueles meios e desqualificam o que não é. Paralelamente, tentei evidenciar as nuances do grupo pesquisado, destacando como as “descoladas” e as “evangélicas” apresentam preferências culturais específicas, gerando novos desafios interpretativos para a análise. Outro ponto importante, a meu ver, foi destacar como os bens culturais preferidos –novelas açucaradas ou músicas sertanejas –, também produzem sentidos no ato do consumo, podendo gerar identificação e prazer.

Já no capítulo três, ao analisar um produto cultural importante nesse universo, a saber, a telenovela *Cheias de Charme*, da Rede Globo, que teve como protagonistas três empregadas domésticas, pude acompanhar os mecanismos “ideológicos” que orientam esse consumo em uma sociedade de consumo. Após analisar algumas personagens de empregadas domésticas em outras telenovelas da Rede Globo e acompanhar o debate sobre a busca de audiência dessa emissora, defendi a hipótese de que as representações exibidas em *Cheias de Charme* estavam diretamente relacionadas às transformações sociais recentes, ao incremento da mobilidade social verificado na última década. Em tal direção, esses e outros produtos estariam estrategicamente direcionados para cativar a audiência da chamada “classe C” ou “nova classe média”. Por meio de um estudo de recepção – que chamei de “análise compartilhada”, uma vez que minha intenção era realizar a análise levando em conta as interpretações das mulheres pesquisadas – constatei que a novela encenou o tema do trabalho doméstico de modo ambíguo: se, por um lado, trouxe à tona temáticas como o trabalho doméstico e os direitos trabalhistas, por outro, reiterou alguns estereótipos. Ainda assim, a desigualdade social tantas vezes encenada entre patroas e empregadas na TV, em *Cheias de Charme* deixou de ser tratada como naturalizada e intransponível, para ser apresentada como conjuntural e passageira. Ou seja, segundo essa ideologia (fixada no contexto atual de maior mobilidade entre as classes populares), quem hoje é empregada doméstica pode, a qualquer momento, mudar de vida e ascender socialmente. Concluindo: as *empreguetes* reivindicaram direitos trabalhistas, respeito e cidadania, na televisão, por terem se constituído, na vida real, como consumidoras a serem levadas a sério e fidelizadas pelas emissoras de televisão.

As análises realizadas nos capítulos dois e três desta dissertação revelaram ainda que, embora esteja cada vez mais segmentada e dispersa, a indústria cultural e as organizações Globo, mais especificamente, seguem tendo grande importância social e política, sobretudo no extrato social analisado.

Após refletir sobre esses três eixos de análise, quando volto para a questão inicial desta pesquisa – compreender a relação entre empregadas domésticas e mídias do ponto de vista da produção e reprodução simbólica de hierarquias e desigualdades – a conclusão mais geral a que chego é que nessa relação conciliam-se o mal e seu remédio.

Assim, ao analisar o consumo cultural entre empregadas domésticas que trabalham em São Paulo, deparei-me com uma complexa trama de contradições. Nas reflexões geradas pelas empregadas domésticas pesquisadas diante desse “espelho mágico” – para retomar a metáfora que deu título a esta dissertação - são produzidas submissões, dominações, negociações e resistências. Não tomei para mim a pretensão de resolvê-las. Identificá-las e questioná-las já me pareceu um desafio suficientemente complexo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Livros, artigos, dissertações e teses consultadas

ABU-LUGHOD, Lila. 2003. “Melodrama egípcio: uma tecnologia do sujeito moderno?”. *Cadernos Pagu*, n.21, pp. 75-102.

ADORNO, Theodor. 1968. “A indústria cultural”. In: *Comunicação e Indústria cultural*. São Paulo: Companhia Editora Nacional.

ALMEIDA, Heloisa Buarque de. 2003. *Telenovela, Consumo e Gênero: “muitas mais coisas”*. Bauru: Edusc.

_____. 2007a. “De vidas distantes e de afetos familiares: os nomes da mídia” In: PINA CABRAL, João de. *Nomes: gênero, etnicidade e família*. Lisboa: Ed. Almedina.

_____. 2007b. “Consumidoras e heroínas: gênero na telenovela”. *Revista Estudos Feministas*. V.15, pp.177-92.

ANG, Ian. 1996. *Living room wars: rethinking media audiences for a postmodern world*. Londres e Nova York: Routledge.

ARAÚJO, Joel Zito. 2004. *A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira*. São Paulo: Ed. Senac.

ARAÚJO, Paulo César de. 2005. *Eu não sou cachorro, não: música popular cafona e ditadura militar*. Rio de Janeiro: Record.

AVTAR-BRAH, 2006. “Diferença, diversidade, diferenciação”. *Cadernos Pagu*. n. 26, pp. 329-376.

BARROS, Carla. 2005. “Televisão e processo reflexivo: notas sobre uma etnografia de um grupo de empregadas domésticas”. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/midiaerecepcao/textos/2005/carla_barros.pdf, acesso em 10/04/2010.

_____, 2007. *Trocas, hierarquias e mediação: as dimensões culturais do consumo em um grupo de empregadas domésticas*. Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal do Rio de Janeiro.

BERGAMO, Alexandre. 2004. “Elegância e atitude: diferenças sociais e de gênero no mundo da moda”. *Cadernos Pagu*, n.22, pp. 83-113.

BOSI, Ecléa. 1986. *Culturas populares, cultura de massa – leituras operárias*. Petrópolis: Ed. Vozes.

BOTELHO, Isaura. 2006. “Os equipamentos culturais na cidade de São Paulo: um desafio para a gestão pública.” In: *Espaços e Debates, Revista de Estudos Regionais e Urbanos*, n. 43/44.

BOURDIEU, Pierre. 1983. “Gostos de Classe e Estilos de Vida”. In: ORTIZ, R. (org.). *Pierre Bourdieu*. São Paulo: Ática.

_____, 1997. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

_____, 2007. *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp.

BRANDT, Maria Elisa Almeida. 2003. *Minha área é a casa de família”: o emprego doméstico na cidade de São Paulo*. Tese (Doutorado em sociologia). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

BRITES, Jurema. 2003. “Serviço Doméstico: elementos políticos de um campo desprovido de ilusões”. *Revista Campos*. n. 3, pp. 65-82.

_____, 2007. “Afeto e desigualdade: gênero, geração e classe entre empregadas domésticas e seus empregadores”. *Cadernos Pagu*, n.29, pp.91-109.

BRUSCHINI, Cristina & LOMBARDI, Maria Rosa. 2000. “A bipolaridade do trabalho feminino no Brasil contemporâneo”. *Cadernos de Pesquisa*, n.110, pp.67-104.

CAMPOS, Leonildo. 2004. “Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídia radiofônica e televisiva”. *Revista USP*, n.61.

CANCLINI, Nestor Garcia. 1999. *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ.

_____, 2008. *Culturas Híbridas*. São Paulo: Edusp.

CHARTIER, Roger. 1991. “O mundo como representação”. *Estudos Avançados*. N.5, V. 11, pp. 173-191.

_____, 1995. “Cultura popular: revisitando um conceito historiográfico”. *Estudos Históricos*, v. 8, n.16.

COELHO, Maria Claudia. 2006. *O valor das intenções: dádiva, emoção e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV.

COSTA, Cristina. 2000. *A milésima segunda noite: da narrativa mítica a telenovela*. São Paulo: AnnaBlume.

CUNHA, Magali do N. 2004. *“Vinho novo em odres velhos”: um olhar comunicacional sobre a explosão do movimento gospel no cenário religioso evangélico no Brasil*. Tese (Doutorado em Comunicação). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.

DE CERTEAU, Michel. 2012. *A invenção do cotidiano*. Vol. 1: Artes do Fazer. Petrópolis: Ed.Vozes.

DIEESE. 2006. O emprego doméstico: uma ocupação tipicamente feminina. OIT – Secretaria Internacional do trabalho.

_____, 2010. “O emprego doméstico no período de 2000 a 2009”. Sistema PED, março de 2010.

_____, 2011. “As características do trabalho doméstico remunerado nos mercados de trabalho metropolitanos”. *A mulher nos mercados de trabalho metropolitanos*. Sistema PED, abril de 2011.

DIEESE e SEADE, 2009. O trabalho doméstico na região metropolitana de São Paulo. In: *Mulher e trabalho*. N.20, São Paulo, abril de 2009. Disponível em: http://www.seade.gov.br/produtos/mulher/boletins/resumo_boletim_MuTrab20.pdf, acesso em 02/03/2013.

DOUGLAS, Mary. 1976. *Pureza e Perigo*. São Paulo: Ed. Perspectiva.

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. 2004. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.

DURHAM, Eunice. 1978. *A caminho da cidade: a vida rural e a migração para São Paulo*. São Paulo: Ed. Perspectiva.

FRANÇA, Isadora Lins. 2007. “Identidades coletivas, consumo e política: a aproximação entre mercado GLS e movimento GLBT em São Paulo”. *Horizontes Antropológicos*. Ano 13, n. 28, p. 289-311.

FREITAS, Jefferson Belarmino. 2010. *Desigualdades em distância: gênero, classe, humilhação e raça no cotidiano do emprego doméstico*. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

FREYRE, Gilberto. 2006. *Casa-grande & Senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. São Paulo: Ed. Global.

FRY, Peter. 2005. “Política: relações entre ‘raça’, publicidade e produção da beleza no Brasil” In: _____. *A persistência da raça: ensaios antropológicos sobre o Brasil e a África Austral*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

GLEDHILL, Christine. 2006. *Pleasurable negotiations*. Georgia: University of Georgia Press.

HALL, Stuart. 2003. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Ed. UFMG.

HAMBURGER, Esther. 2005. *O Brasil antenado: a sociedade da novela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

HARRIS, David Evan. 2007. *‘Você vai me servir’: desigualdade, proximidade e agência nos dois lados do equador*. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

HIRATA, Helena e KERGOAT, Danièle. 2007. “Novas configurações da divisão sexual do trabalho”. *Cadernos de Pesquisa*, v.37, n.132, pp. 595-609.

HOGGART, Richard. 1973. *As utilizações da cultura: aspectos da vida da classe trabalhadora, com especiais referências a publicações e divertimentos*. Lisboa: Editorial Presença.

IPEA, 2011. “Situação atual das trabalhadoras domésticas no país”. *Comunicados do IPEA*, n.90. Brasília: IPEA.

JACQUET, Christine. 2003. “Urbanização e emprego doméstico”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. Vol. 18, n.52, pp.164-219.

KOFES, Suely. 2001. *Mulher, mulheres: identidade, diferença e desigualdade na relação entre patroas e empregadas domésticas*. Campinas: Editora da Unicamp.

LAMOUNIER, Bolívar e SOUZA, Amaury. 2009. *A classe média brasileira: ambições, valores e projetos de sociedade*. São Paulo: Ed. Campus.

LEAL, Ondina Fachel. 1986. *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis: Ed. Vozes.

LEITÃO, Débora K. e PINHEIRO MACHADO, Rosana. 2006. “O luxo do povo e o povo do luxo: consumo e valor em diferentes esferas sociais no Brasil”. In: *Antropologia e Consumo: diálogos entre Brasil e Argentina*. Porto Alegre: Ed. Age, pp.23-46.

LIMA, Márcia & REZENDE, Cláudia. 1997. “Trabalhadoras domésticas: a perspectiva de gênero e ‘raça’ no mercado de trabalho informal no Brasil”. *Anais I Seminário Raça, etnicidade e gênero na América Latina e no Caribe*.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. 2009. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.

MCCLINTOCK, Anne. 2010. *Couro Imperial: raça, gênero e sexualidade no embate colonial*. Campinas: Editora da Unicamp.

MELO, Hildete Pereira de. 1998. *O serviço doméstico remunerado no Brasil: de criadas a trabalhadoras*. Rio de Janeiro: IPEA (Texto para discussão N. 565).

MEMÓRIA GLOBO. 2010. *Guia ilustrado TV Globo: novelas e minisséries*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

MICELI, Sergio. 2005. *A Noite da Madrinha e outros ensaios sobre o éter nacional*. São Paulo: Companhia das Letras.

MIRA, Maria Celeste. 1995. *O circo eletrônico: Silvio Santos e o SBT*. São Paulo: Edições Loyola e Ed. Olho D’água.

_____. 2003. “O masculino e o feminino nas narrativas da cultura de massas ou o deslocamento do olhar”. *Cadernos Pagu*, n.21, pp. 13-38.

MOUTINHO, Laura. 2003. *Razão, “cor” e desejo: uma análise comparativa sobre relacionamentos afetivo-sexuais “inter-raciais” no Brasil e na África do Sul*. São Paulo: Ed. Unesp.

MURAT, Rodrigo. 2005. *Zezé Motta: muito prazer*. São Paulo: Imprensa Oficial.

NERI, Marcelo. 2010. *Os emergentes dos emergentes: reflexões globais e ações locais para a nova classe média*. Disponível em:

http://www.cps.fgv.br/cps/bd/nbrics/NBRICS_Apresentacao_Neri_CPS_FGv_apres.pdf, acesso em 11/04/2013.

NOGUEIRA, Oracy. 1998. *Preconceito de Marca: As relações raciais em Itapetininga*. São Paulo: Edusp.

POCHMAN, Marcio. 2012. *Nova classe média? O trabalho na base da pirâmide social brasileira*. São Paulo: Boitempo.

REZENDE, Claudia B. 1997. “A empregada na televisão: uma pequena análise sobre representações”. *Cadernos de Antropologia e Imagem*, Vol. 5(2).

ROCHA, Everardo. 2000. “Totem e consumo: um estudo antropológico dos anúncios publicitários.” *Revista Alceu*, v.1, n.1, pp. 18-37.

_____, 2005. “Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa”. *Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo, vol. 2, n. 3, pp.123-138.

SAFFIOTI, Helieth. 1978. *Emprego Doméstico e Capitalismo*. Petrópolis: Ed. Vozes.

SARLO, Beatriz. 2011. *El Imperio de los sentimientos*. Buenos Aires: Ed. Siglo Veintiuno.

SCALCO, Lucia; PINHEIRO-MACHADO, Rosana. 2010. “Os sentidos do real e do falso: o consumo popular em perspectiva etnográfica”. *Revista de Antropologia*, v.53, n.1, pp. 321-359.

SCIRÉ, Claudia. 2012. *Consumo popular, fluxos globais: práticas e artefatos na interface entre a riqueza e a pobreza*. São Paulo: Annablume.

SEADE, 2012. “A Mulher no Mercado de Trabalho em 2011: região metropolitana de São Paulo”. *Mulher & Trabalho*, n. 23, março de 2012.

SILVA, Odinaldo C. 2007. *Domésticas – o filme. Um estudo de recepção com profissionais do Distrito Federal*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília.

SINGER, André. 2012. *Os sentidos do lulismo: reforma gradual e pacto conservador*. São Paulo: Companhia das Letras.

SOUZA, Gilda de M. 1987. *O espírito das roupas: a moda no século XIX*. São Paulo: Cia das Letras.

SOUZA, Jessé. 2010. *Os Batalhadores brasileiros: nova classe media ou nova classe trabalhadora?* Belo Horizonte: Ed. UFMG e Humanitas.

SOUZA, Liliane A. 2010. *Salário de doméstica, gosto de madame: patroas, empregadas domésticas e suas relações com o costume de bens*. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Universidade Federal do Sergipe.

VARELA, Mirta. 2008. "Recepción". In: ALTAMIRANO, Carlos (Org.) *Terminos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós, pp. 195-198.

VELHO, Gilberto. 2012. "O patrão e as empregadas domésticas". *Sociologia, problemas e práticas*. N. 69, pp.13-30.

VIANNA, Hermano. 2006. "Paradas do Sucesso Periférico". *Revista Sexta-feira*, n.8, Ed. 34.

XAVIER, Ismail. 2003. *O olhar e a cena: melodrama, Hollywood, Cinema Novo, Nelson Rodrigues*. São Paulo: Cosac & Naify.

2. Notícias e reportagens consultadas em jornais, revistas e Internet

ALENCAR, Marília. "Novelas da Globo dão destaque à relação patroa/empregada doméstica". *Conta Mais*. 18/08/2012. Disponível em: <http://contamais.com.br/noticias/nacionais/novelas-da-globo-dao-destaque-a-relacao-patroaempregada-domestica/8476>, acesso em 07/08/2012.

CARELLI, Gabriela. 2011. "A escalada das domésticas". *Revista Veja*, 19/10/2011. Disponível em: <http://www.fazenda.gov.br/resenhaeletronica/MostraMateria.asp?page=&cod=758814>, acesso em 11/04/2013.

DAMIÃO, Renato. "Empregadas de Avenida Brasil vivem dia de patroa após ganharem aumento de salário". Portal UOL. 01/08/2012. Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2012/08/01/empregadas-de-avenida-brasil-vivem-dia-de-patroa-apos-ganharem-aumento-de-salario.htm>, acesso em 07/08/2012.

EXAME, 2011. "Delfim Netto pede desculpas às empregadas domésticas". 10/05/2011. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/economia/noticias/delfim-netto-pede-desculpas-as-empregadas-domesticas-2>, acesso em 11/04/2013.

FELTRIN, Ricardo. "Globo muda telejornal para tentar salvar ibope e atrair classe C". 22/06/2011. *Folha de S. Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/933102-globo-muda-telejornal-para-tentar-salvar-ibope-e-atrair-classe-c.shtml>, acesso em 11/04/2013.

FOLHA DE S. PAULO, 1965. "A sua empregada...". 09/05/1965, Caderno Vida Social, p.2. Disponível em: <http://acervo.folha.com.br/fsp/1965/05/09/386/>, acesso em 11/04/2013.

- _____. 2003. “Justiça nega pedido de domésticas contra Mulheres Apaixonadas”. 22/09/2003. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u37115.shtml>, acesso em 19/04/2013.
- _____. 2010. “Claudia Raia faz piada metalinguística com empregadas em “Ti Ti Ti”. 13/08/2010. *Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/781990-claudia-raia-faz-piada-metalinguistica-com-empregadas-em-ti-ti-ti.shtml>, acesso em 06/02/2011.
- _____. 2011. “Achar doméstica vira desafio e famílias têm que mudar hábitos”. 06/02/2011. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/871412-achar-domestica-vira-desafio-e-familias-tem-que-mudar-habitos.shtml>, acesso em 06/02/2011.
- _____. 2011. “ONG quer desculpa de Delfim por comparar domésticas a animais”. 05/04/2011. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/898757-ong-quer-desculpa-de-delfim-por-comparar-domesticas-a-animais.shtml>, acesso em 11/04/2013.
- _____. 2011. “Casal com bebê luta para adaptar a vida à falta de empregada”. 14/07/2011. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/bbc/943353-casal-com-bebe-luta-para-adaptar-a-vida-a-falta-de-empregada.shtml>, acesso em 29/11/2011.
- GENESTRETI, Guilherme. 2012. “Histórias Cruzadas”. 05/02/2012. *Revista São Paulo, Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/revista/saopaulo/sp0502201212.htm>, acesso em 19/03/2012.
- GLOBO, 2012. “Cheias de charme: uma homenagem a mulher guerreira de todas as classes”. Site Globo.com. 04/04/2012. Disponível em: <http://tv.globo.com/novelas/cheias-de-charme/Fique-por-dentro/noticia/2012/04/cheias-de-charme-uma-homenagem-mulher-guerreira-de-todas-classes.html>, acesso em 08/04/2012.
- G1, 2010. ““Nova doméstica tem carro zero e faz faculdade”. 19/09/2010. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia-e-negocios/noticia/2010/09/nova-domestica-tem-carro-zero-e-faz-faculdade.html>, acesso em 11/04/2013.
- HAMBURGER, Ester. “A vingança da empregadinha”. *O Estado de São Paulo*. 29/07/2012. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,a-vinganca-da-empregadinha,907513,0.htm>, acesso em 07/03/2013.
- IG, 2012. “As melhores e as piores audiências das novelas das 19h”. 16/06/2012. Disponível em: <http://gente.ig.com.br/2012-06-16/as-melhores-e-as-piores-audiencias-das-novelas-das-19h.html>, acesso em 07/03/2013.
- JIMENEZ, Keila e GALLO, Renata. 2003. “Eles dão as ordens”. *O Estado de São Paulo*. 22/06/2003. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/showNews/asp24062003994.htm>, acesso em 11/12/2010.

JIMENEZ, Keila. “Atrás da classe C, TV fatura 12% a mais no semestre”. 09/07/2012. *Folha de S. Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/outrocanal/1117251-atras-da-classe-c-tv-fatura-12-a-mais-no-semester.shtml>, acesso em 11/04/2013.

JORNAL DO SENADO, 2013. “Congresso promulga hoje emenda sobre trabalho doméstico”. 02/04/2013. Disponível em: <http://www12.senado.gov.br/noticias/jornal/edicoes/2013/04/02/congresso-promulga-hoje-emenda-sobre-trabalho-domestico>, acesso em 11/04/2013.

KEHL, Maria Rita. 1977. “42 Exclamações”. 19/10/1977. *Revista Veja*. Disponível em: http://www.marioprataonline.com.br/obra/tv/semlenco/42_exclamacoes.htm, acesso em 07/03/2010.

LOPES, Roberta. “Negras e com baixa escolaridade são maioria das trabalhadoras domésticas”. *Carta Capital*, 27/04/2011. Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/sociedade/negras-e-com-baixa-escolaridade-sao-maioria-das-trabalhadoras-domesticas/>, acesso em 11/04/2013.

MARIE CLAIRE, 2012. “Tais Araújo”. Maio de 2012, pp. 116-120.

MARINHEIRO, Vaguinaldo. 2012. “Todos querem tirar a nova classe média para dançar”. 15/07/2012. *Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/1119929-todos-querem-tirar-a-nova-classe-media-para-dancar.shtml>, acesso em 11/04/2013.

MARTHE, Marcelo. 2010. “Prendas domésticas”. *Veja*. 10/02/2010. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/100210/prendas-domesticas-p-110.shtml>, acesso em 07/03/2010.

MÉMORIA GLOBO, 2010. “Perfil: Manoel Carlos”. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYE0-5268-229315,00.html>, acessado em 25/11/2010.

_____, 2011a. “Anjo Mau - 1 versão”. Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-224252,00.html>, acesso em 28/08/2011.

_____, 2011b. “Sem lenço, sem documento”. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-223597,00.html>, acesso em 28/08/2011.

MICELI, Sergio. 2006. “A Força estranha do Rei Roberto”. 31/12/2006. *O Estado de São Paulo*. Ver LINK.

NATELINHA, 2012. “Cheias de Charme bate recorde de audiência no Rio de Janeiro”. 18/07/2012. Disponível em: <http://natelinha.uol.com.br/noticias/2012/07/18/cheias-de-charme-bate-recorde-de-audiencia-no-rio-de-janeiro-162342.php>, acesso em 07/03/2013.

NOGUEIRA, Manuela. “Domésticas passam a apitar as regras do jogo”. *Revista Veja São Paulo*, 11/05/2011. Disponível em: <http://vejasp.abril.com.br/especiais/domesticas - acessado em 17/05/2011>, acesso em 17/05/2011.

SÁ, Xico. 2004. “A *Diarista* faz caricatura do pobre”. *Folha de São Paulo*, 15/04/2004. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1504200417.htm>, acesso em 23/10/2012.

SECRETARIA DE POLITICAS PARA AS MULHERES, 2012. “SPM aponta mudança no ranking das categorias de trabalhadores na PNAD 2011”. 26/09/2012. Disponível em: http://www.mulheres.gov.br/noticias/ultimas_noticias/2012/09/26-09-spm-aponta-mudanca-no-ranking-das-categorias-de-trabalhadores-na-pnad-2011, acesso em 11/04/2013.

STYCER, Mauricio. 2011. “Globo muda programação para atender a nova classe C”. 09/05/2011. Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2011/05/09/globo-muda-programacao-para-atender-a-nova-classe-c.jhtm>, acesso em 11/04/2013.

UOL, 2012. “Protagonistas de *Cheias de Charme* dizem que suas domésticas estão “felizes e orgulhosas” com novela”. Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2012/04/17/protagonistas-de-cheias-de-charme-dizem-que-suas-domesticas-estao-felizes-e-orgulhosas-com-novela.htm>, acesso em 07/03/2013.

VALLADARES, Ricardo. 2003. “Mulheres Exploradas: na novela das oito, há todo tipo de empregada. E como elas trabalham!” *Revista Veja*. 9/04/2003. Disponível em: http://veja.abril.com.br/090403/p_111.html, acesso em 07/03/2013.

VILLALBA, Patrícia. 2010. “A empregada precisa ter quentura de viver: entrevista com Ilva Niño”. 13/02/2010. *Jornal O Estado de S. Paulo*. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/suplementos,a-empregada-precisa-ter-quentura-de-viver,510598,0.htm>, acesso em 25/03/2010.

Anexo 1 - Mulheres que participaram da pesquisada de campo

1. **Adecina**⁹⁶: babá, 49 anos⁹⁷, nascida no Ceará, cor “branca”⁹⁸. É evangélica/adventista. Companheiro tem a profissão pintor. Possui dois filhos, ambos bancários. Não concluiu o ensino fundamental. Mora no bairro Parque Santo Antonio.

2. **Adriana**: empregada doméstica, 39 anos, nascida em Pernambuco, cor “branca”. É católica. Viúva. Possui cinco filhos. Mora em Embu Guaçu. Não concluiu o ensino fundamental.

3. **Ana**: empregada doméstica mensalista/ diarista, 26 anos, nascida em Minas Gerais, cor “preta”. Religião: católica/evangélica. Profissão do companheiro: pintor. Possui um filho pequeno. Tem ensino médio completo e curso superior em auxiliar de enfermagem. Bairro: Jardim Eldorado.

4. **Angela**: empregada doméstica, 32 anos, nascida na Bahia, cor “morena”. Evangélica (Assembleia de Deus). Casada, marido de profissão perueiro. Possui uma filha menor de idade. Estudou até a quinta série. Bairro: Jardim Jacqueline.

5. **Anita**: empregada doméstica, 47 anos, nascida na Bahia, cor “branca”. Evangélica (Deus é Amor). Divorciada. Possui 4 filhos. Estudou até a terceira série. Bairro: Jardim Herplin.

6. **Daniela**: empregada doméstica, 20 anos, nascida na Bahia, cor “branca”. Evangélica. Solteira. Possui o ensino médio completo. Bairro: Santo Amaro.

7. **Érica**: empregada doméstica, 24 anos, nascida na Bahia. Católica. Possui um filha. Não concluiu o ensino médio. Bairro: Paraleiros.

8. **Fabiana**: cuidadora de idosos, 30 anos, nascida em São Paulo capital. Católica. Profissão do companheiro: borracheiro. Não possui filhos. Tem ensino médio completo. Bairro: Jardim Santa Teresinha.

9. **Floriza**: empregada doméstica, 45 anos, nascida no Piauí. Católica. Profissão do companheiro: vigilante. Dois filhos. Estudou até a quinta série. Bairro: Jardim Eldorado.

10. **Ilda**: empregada doméstica, 47 anos, nascida em Minas Gerais, cor “branca”. Católica. Viúva. Dois filhos. Estou até a sétima série. Bairro: Vargem Grande.

11. **Iusai**: babá, 33 anos, nascida na Bahia, cor “morena”. Católica. Separada. Um filho. Estudou até o segundo colegial. Bairro: Itapevi.

12. **Janaína**: empregada doméstica, 47 anos, nascida na Bahia, cor “morena”. Católica. Separada. Três filhos. Não frequentou a escola quando criança; depois cursou a EJA. Bairro: Jardim Jacqueline.

⁹⁶ Alguns nomes foram alterados para preservar a identidade das trabalhadoras que participaram da pesquisa.

⁹⁷ As idades aqui citadas foram fornecidas entre 2010 e 2012.

⁹⁸ Neste anexo, só inclui a cor/“raça” das mulheres que se autotificaram.

13. **Lia**: empregada doméstica, 47 anos, nascida na Bahia, cor “parda”. Católica. Solteira. Companheiro de profissão pedreiro. Possui dois filhos. Analfabeta. Bairro: Jardim Almeida.
14. **Linda**: diarista, 46 anos, nascida no interior de São Paulo, cor “morena clara”. Católica. Companheiro de profissão vidraceiro. Possui uma filha. Estudou até a quarta série. Bairro: Colinas do Anhanguera..
15. **Lurdes**: empregada doméstica, 45 anos, nascida em Minas Gerais, cor “morena”. Católica. Companheiro de profissão mecânico. Possui três filhos. Estudou até a quinta série. Bairro: Jardim São Bernardo.
16. **Lusinete**: auxiliar de limpeza, 27 anos, nascida na Bahia, cor “morena”. Católica/ evangélica. Separada. Possui um filho. Não concluiu o ensino médio. Bairro: Jardim Jacqueline.
17. **Maria**: diarista, 39 anos, nascida em Minas Gerais, cor “morena”. Católica/ evangélica. Companheiro de profissão eletricitista. Possui três filhos. Estudou até a quinta série. Bairro: Jardim Santa Teresinha.
18. **Maria Clara**: empregada doméstica, 38 anos, nascida em São Paulo capital. Católica. Companheiro de profissão pedreiro. Possui 4 filhos. Analfabeta. Bairro: Jardim Santa Teresinha.
19. **Maria da Conceição**: empregada doméstica, 55 anos, nascida em Minas Gerais, cor “preta”. Católica/ evangélica. Solteira. Estudou até a quarta série. Bairro: Jardim Consorcio.
20. **Maria José**: empregada doméstica, 47 anos, nascida no interior de São Paulo, cor “negra”. Católica. Solteira. Estudou até a sexta série. Bairro: Grajau.
21. **Maria Lucia**: empregada doméstica, 41 anos, nascida no interior de São Paulo. Católica. Companheiro de profissão vendedor de gás. Possui 4 filhos. Analfabeta. Bairro: Jardim Santa Teresinha.
22. **Mariana**: diarista, 38 anos, nascida na Bahia, cor “branca”. Católica/ evangélica (Assembleia de Deus). Companheiro de profissão motorista de van. Possui 1 filho. Possui ensino médio completo. Bairro: Jardim Olinda.
23. **Marlucia**: empregada doméstica, 37 anos, nascida no Ceará, cor “branca”. Católica/ espírita. Companheiro de profissão polidor de navios. Possui 2 filhas. Estudou até a sétima série. Bairro: Jardim Santa Teresinha.
24. **Micheli**: empregada doméstica, 22 anos, nascida em São Paulo, capital. É católica e solteira. Possui o ensino médio completo. Bairro: Vargem Grande.
25. **Miranda**: diarista, 45 anos, nascida em Pernambuco. É católica e espírita. Profissão do companheiro: dono de bar. Possui três filhos. Ensino médio incompleto. Bairro: Jardim Santa Teresinha.

26. **Odete**: diarista, 42 anos, nascida na Bahia, cor “branca”. É evangélica. Companheiro de profissão porteiro. Possui 1 filhos. Estudou até o primeiro colegial. Bairro: Jardim Jacqueline.

27. **Rosangela**: empregada doméstica, 52 anos, nascida no Paraná. Cor “branca”. Católica, divorciada. Possui quatro filhos. Ensino fundamental incompleto. Bairro de residência: terminal Varginha.

28. **Simone**: empregada doméstica, 24 anos, nascida em Pernambuco. É católica e solteira. Coursou até a oitava série do fundamental e fazia curso supletivo. Bairro: Vila Santana.

Anexo 2 – Resumo da história de *Cheias de Charme*

A telenovela *Cheias de Charme* (Globo, 19h30, 2012) narrou a história de três empregadas domésticas que conquistaram a fama por meio de um grupo musical, as *Empreguetes*, e assim mudaram de vida, superando a profissão de doméstica.

A novela se estruturou a partir de dois núcleos principais, inicialmente bem divididos e que, ao longo da trama, sofrem inversões: os “pobres” e os “ricos”. Além de critérios como profissão e renda, o principal definidor de identidade entre esses dois grupos é o local de residência e sociabilidade. Os “pobres” residem e/ou tem amizades no Borralho (em alusão à fábula da Gata Borralheira), periferia idealizada, alegre, colorida e musical, localizada na cidade do Rio de Janeiro. Já os “ricos” vivem no condomínio fechado Casa Grande (em alusão às casas do Brasil colonial), localizado na Barra da Tijuca.

As três protagonistas, originalmente, pertencem ao grupo dos “pobres”. **Maria da Penha** (Thais Araújo) é uma empregada doméstica dedicada e trabalhadora, que luta para sustentar sua irmã, seu filho e seu marido **Sandro** (Marcos Palmeira), um malandro preguiçoso que está sempre lhe dando trabalho. Já seu irmão **Elano** (Humberto Carrão) formou-se em direito e é a promessa familiar de ascender pelos estudos.

Maria Aparecida (Isabelle Drumond), é a agregada da rica família Sarmento. Desde a morte de sua mãe, também doméstica, quando ela tinha doze anos, serve a essa família, frustrando sua expectativa de ser tratada como filha adotiva. Concluiu o ensino médio e sonha em fazer curso superior; inicialmente namora o grafiteiro **Rodinei** (Jayme Matarazzo). Já **Maria do Rosário** (Leandra Leal) é uma mulher talentosa que desde a infância num orfanato sonha em ser cantora. Apaixonada pelo cantor **Fabian** (Ricardo Tozzi), batalha pela vida de artista enquanto trabalha num Buffet com o pai adotivo **Sidney** (Daniel Dantas), gay autodeclarado, com quem tem uma relação de intenso afeto.

Do lado dos “ricos”, vivendo no condomínio Casa Grande, está a vilã **Chayenne** (Claudia Abreu), uma invejosa e rica cantora de eletroforró, que vive em uma casa rosa choque com seu ajudante e cúmplice **Laércio** (Luiz Henrique Nogueira). Inicialmente é a patroa de Penha. Numa casa próxima vivem os patrões de Cida, a rica e pretensiosa família Sarmento, a qual é formada pelo advogado **Ernani Sarmento** (Tato Gabus Mendes), pela sua esposa **Sônia** (Alexandra Richter) e pelas duas filhas, **Ariela** (Simone Gutierrez) e **Isadora** (Giselle Batista). Num apartamento no mesmo condomínio vive a ética advogada **Lygia** (Mallu Gali), com seus dois filhos e seu marido espanhol **Alejandro** (Pablo Belini), um mulherengo que assedia todas as empregadas domésticas do condomínio.

O primeiro capítulo da novela (exibido em 16/04/2012) iniciou mostrando as três protagonistas em suas rotinas. Era para ser um dia como todos os outros: ao som do programa do radialista **Gentil Soares** (Gustavo Gasparani), intitulado “Bom Dia, Dona Maria”, Cida varre a entrada da casa da família Sarmento, Rosário coloca a mesa enquanto sonha com o cantor Fabian (conhecido como “O Príncipe das Domésticas”), Penha desperta na madrugada para começar o serviço na casa de Chayenne. No entanto, naquela noite uma série de confusões iria fazer daquela data um marco em suas vidas.

Na festa de noivado de Ariela Sarmento com o advogado **Humberto** (Rodrigo Pandolfo), Cida, servindo os convidados, apaixona-se pelo playboy **Conrado Werneck** (Jonatas Faro), filho do milionário advogado **Otto Werneck** (Leopoldo Pacheco). Visto por ela como um verdadeiro príncipe encantado que iria lhe salvar daquela vida de rebaixamentos, ela não tem coragem de lhe contar que é empregada doméstica da casa,

preferindo dizer que é filha do Dr. Sarmento. Já no final da festa, consegue sair do trabalho e ir ao show do namorado Rodinei, mas o pega beijando a “periguete” **Brunessa** (Chandelley Braz). Ocorre então uma briga e Cida acaba indo parar na delegacia. Já Rosário, contente por trabalhar no show do seu ídolo Fabian com o Buffet, fica desiludida quando, de última hora, descobre que não poderá entrar no seu camarim. Após uma confusão, acaba indo parar na delegacia. Paralelamente, Penha, ao trabalhar sob pressão para a patroa Chayenne, acaba queimando o vestido da patroa, que reage, agredindo-lhe com um prato de sopa. Penha decide dar queixa na polícia e também vai para a delegacia. Jogadas na mesma cela, as três Marias se conhecem e travam um pacto que revela o desejo eminente por ascensão social: “*dia de empregue, véspera de madame!*”.

Ao longo desta primeira fase da trama, Cida apaixona-se perdidamente por Conrado, iniciando com ele um namoro. Porém, a realidade é bem diferente do conto-de-fadas que ela tem em sua cabeça. Conrado, por mais que tenha se encantado com a beleza da moça, vê no namoro uma ótima oportunidade para conseguir um emprego no escritório de advocacia do possível sogro e, assim, reconquistar a confiança – e o dinheiro – do pai Otto Werneck, quem havia se desiludido com o rapaz após ele se mostrar preguiçoso e perdulário. A família Sarmento também vê na aproximação com os Werneck uma ótima oportunidade de negócios, e aceita manter a mentira de que Cida é filha deles, e não empregada. Tudo nessa mentira ia dando certo, até que a filha da família, Isadora Sarmento, voltasse do exterior. Rica, viajada e invejosa, ficou com ciúmes de a “empregada” da casa ter um namorado tão bonito e resolveu boicotar a relação. Assim, numa noite em que Cida havia saído para uma boate com Conrado e seus amigos ricos, Isadora mandou para Conrado via celular uma foto de Cida de uniforme de empregada doméstica. Todos riram e ela se sentiu humilhada.

Já Rosário é demitida do buffet e então decide ir em busca do seu sonho de ser artista. Ao saber que a amiga Penha havia pedido demissão da casa de Chayenne, e mesmo sabendo que a cantora era uma “megera”, Rosário pede o emprego como doméstica por acreditar que ao ficar perto dos artistas que admira – em especial de Fabian – aumentaria a sua chance de tornar-se um deles. Por meio de seus dotes culinários, conquista Chayenne e o grupo de artistas. Tenta mostrar suas músicas para Fabian. Começa namoro com **Inácio** (Ricardo Tozzi), mas ele não aceita a sua carreira como cantora. Acaba vendendo sua composição para Chayenne pois precisava do dinheiro para pagar uma operação para salvar a saúde do pai.

Paralelamente, Penha entra na justiça após a briga com Chayenne. Orientada pelo seu irmão, o advogado Elano, cobra seus direitos trabalhistas e faz campanhas pelos direitos das domésticas. Tem muitos problemas com o marido Sandro. Ele vai parar no hospital público, local denunciado como problemático, cheio e ineficaz. Dra. Lygia, pressionada pelo escritório, tenta convencer Penha a desistir do processo, mas depois se arrepende. Penha acaba indo trabalhar em sua casa e tornam-se grandes amigas. Porém, Penha também está desiludida, quer mudar de vida.

Em episódio que foi ao ar em 12/05/2012, gravam clipe das empreguetes na casa de Chayenne, utilizando os figurinos da artista. **Kleiton** (Fábio Neppo) faz a edição do clipe e joga na Internet. No sábado seguinte, o clipe se espalha na rede tornando a canção “Vida de Empregue” amplamente conhecida. Num esforço de realizar uma novela *transmedia*, o clipe é lançado na internet paralelamente na ficção e na vida real, mas só é exibido na novela uma semana depois.

Como o clipe fora gravado sem o conhecimento de Chayenne, as “empreguetes” são presas. Elas acabam sendo soltas e começam a ser convidadas para fazer shows. **Tom Bastos** (Bruno Mazzeo), importante produtor musical, propõe tornar-se produtor

delas. Em pouco tempo, a música “Vida de Empreguete” torna-se a mais pedida na rádio de Gentil Soares. Em episódio que foi ao ar no dia 20 de junho de 2012, Cida pede demissão para os Sarmento e entra em uma limusine com as companheiras, tal qual a carruagem da Cinderela.

Começa então uma nova fase da novela, marcada pela fama nacional das três empregadas domésticas, com direito a turnê nacional e um ônibus personalizado. Elas mudam de visual. Posteriormente, já bem remuneradas, reformam suas casas e compram carros (Penha comprou um Volkswagen, fazendo merchandising para a marca). Rosário compra um apartamento no Condomínio Casa Grande, enquanto Penha optar por continuar a viver na favela do Borralho.

Enquanto elas ascendem, os Sarmentos entram em decadência, após descoberta de seus esquemas de corrupção. O escritório fecha e Ernani Sarmento tem sua licença de advogado cassada. Após armações feitas pela vilã Chayenne e sua parceira **Socorro** (Titina Medeiros), empreguetes brigam e Rosário opta por seguir em carreira solo, em capítulo que foi ao ar no dia 25 de agosto de 2013.

Diante do temor do descenso social, Cida e Penha fazem planos para o futuro sem o grupo artístico. Penha garante que voltaria a trabalhar em casa de família se for preciso, Cida planeja fazer faculdade. Elano, Stela e Kleiton fazem uma campanha na Internet, intitulada “Empreguetes para sempre”, para tentar unir as empreguetes novamente. Penha acaba assumindo um cargo de assessora no escritório de Dr. Otto para lutar pelos direitos das empregadas domésticas no Brasil. Penha tem um romance com Gilson, ex-marido da Dra. Ligia.

No último capítulo, que foi ao ar no dia 28 de setembro de 2013, ocorrem os desfechos. Cida lança um livro de memórias; a família Sarmento fica na pior, com Sonia pobre, morando em uma pensão no Borralho. Cida se casa com o advogado Elano, Rosário com Inácio, Dr. Otto fica com Ivone. Penha, nos últimos momentos, desfaz o namoro com Gilson e retoma o romance com Sandro. As empreguetes, novamente unidas, fazem um show de encerramento.