

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Instituto de Psicologia

Programa EICOS

Adriana Woichinevski Viscardi

**As estratégias de reconhecimento
no protagonismo feminino da telenovela Cheias de Charme**

Rio de Janeiro

2013

ADRIANA WOICHINEVSKI VISCARDI

**As estratégias de reconhecimento
no protagonismo feminino da telenovela Cheias de Charme**

Tese apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Psicologia, Programa EICOS, como parte das exigências para obtenção do título de Doutorado.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Inácia D'Ávila Neto

Rio de Janeiro

2013

RESUMO

Vários dados materializam, ainda hoje, a desigualdade histórica e a dificuldade de empoderamento feminino, que se enraízam em aspectos culturais, presentes no discurso social cotidiano. Esta construção discursiva abriga crenças para justificar, sustentar, legitimar e dar continuidade às relações de subordinação. Para mudar a realidade, portanto, seria necessário questioná-la, compreendê-la e combatê-la. Assim, a pesquisa pretendeu tomar um produto da cultura popular consumido cotidianamente, a telenovela, como fragmento do discurso social, para articular, através da análise do protagonismo feminino, os conteúdos circulantes sobre Reconhecimento, na teoria desenvolvida por Axel Honneth, e Gênero. Sua hipótese principal é que seria possível mapear, através das histórias ficcionais das protagonistas, a construção de modelos para o reconhecimento feminino. Para tal intento desenvolveu-se um protocolo que pretendeu instrumentalizar a Teoria do Reconhecimento de Honneth, na análise das três protagonistas da telenovela Cheias de Charme, que ocupam na narrativa a profissão de empregadas domésticas. A conclusão principal é que não há, na narrativa ficcional, a proposta de uma trajetória heroica, de luta por reconhecimento para as protagonistas, mas a fuga para soluções mágicas e paliativas para os problemas e conflitos.

ABSTRACT

Several data materialize, even today, the historical inequality and the difficulty of female empowerment, which are rooted in cultural aspects, present in everyday social discourse. This discursive construction houses beliefs to justify, sustain, and continue to legitimize relations of subordination. To change the reality, so you would need to question it, understand it and fight it. So the research intended to take a product of popular culture daily, consumed the telenovela as social discourse fragment, to articulate, through the analysis of female leadership, the current contents of Recognition, the theory developed by Axel Honneth, and Gender. His main hypothesis is that it would be possible to map, through the fictional stories of the protagonists, building models for female recognition. For this purpose developed a protocol that aims to equip the Theory of recognition **through** the analysis of the three protagonists of the telenovela *Full of charm*, occupying the narrative of the profession maids. The main conclusion is that there is, in fictional narrative, the proposal for a heroic journey, the struggle for recognition for the protagonists, but escape to magical and curative solutions to problems and conflicts.

Aos meus filhos, Gabriel e Bia [descobri a tempo].

Ao meu amor, Zé, pro que der e vier.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha orientadora, Inácia.
Pela paciência, pela crença,
e por me ensinar bem mais do que imagina.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 APRESENTAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	11
1.2 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA	13
1.2.1 Desdobramentos secundários do problema	15
1.3 JUSTIFICATIVA	16
1.4 OBJETIVOS	18
1.5 METODOLOGIA	19
1.6 ESTRUTURA DOS CAPÍTULOS	21
2 TELENOVELA COMO OBJETO DE ESTUDO	23
2.1 AS MATRIZES CULTURAIS DA TELENOVELA	23
2.1.1 Folhetins e melodramas	24
2.1.2 A telenovela brasileira	28
2.2 TELENOVELAS E A NOVA VISÃO DO POPULAR	35
2.2.1 A telenovela e seu estigma de desprestígio	35
2.2.2 O popular resgatado pelos Estudos Culturais	42
2.3 TELENOVELA COMO NARRATIVA DO COTIDIANO BRASILEIRO	50
2.4 UM ESPAÇO TIPICAMENTE FEMININO	61
3 EM BUSCA DE UM UMA TEORIA DO RECONHECIMENTO	65
3.1 A ABORDAGEM HONNETHIANA	65
3.1.1 Hegel e a idéia de aprendizado social	65
3.1.2 O empirismo de Mead e a ampliação conceitual da subjetividade humana	68
3.1.3 Honneth e a <i>Luta por Reconhecimento</i>	71
3.2 AS CONTROVÉRSIAS EM TORNO DO CONCEITO	80

4 PESQUISA EMPÍRICA	92
4.1 CAMINHOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA	92
4.1.1 Desafios práticos da pesquisa com telenovela	95
4.2 MATERIALIZAÇÃO DO [NÃO] RECONHECIMENTO DE MULHERES NO BRASIL	96
4.3 CHEIAS DE CHARME	107
4.3.1 Núcleos	108
4.3.2 Protagonistas	108
4.4 APRESENTAÇÃO DO PERFIL DAS PROTAGONISTAS	111
4.4.1 Penha	111
4.4.2 Rosário	113
4.4.3 Cida	115
4.5 ESTRUTURA DAS RELAÇÕES SOCIAIS DE RECONHECIMENTO	116
4.5.1 Dimensão do Afeto	117
4.5.2 Dimensão do Direito	119
4.5.3 Dimensão da Estima Social	121
4.6 ESTRUTURA DAS RELAÇÕES SOCIAIS DE DESRESPEITO	123
4.7 LUTA POR RECONHECIMENTO OU IDEOLOGIA?	128
4.7.1 Reconhecimento através da Estima Social: Ideologia da visibilidade	129
4.7.2 Reconhecimento através do Direito: Solidariedades e redes de apoio	134
4.7.3 Moral da História: Reconhecimento através do Afeto	136
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	142
REFERÊNCIAS	146
ANEXOS	153

1 INTRODUÇÃO

O interesse acadêmico desta pesquisadora tem se revelado por histórias de mulheres, numa perspectiva de gênero, qual seja, de compromisso com a igualdade e a justiça social. Na graduação foram estudadas histórias reais de mulheres em sofrimento físico, psíquico, laborativo e social, através da análise do discurso em entrevistas de trabalhadoras da indústria têxtil afastadas da função por L.E.R (Lesão por esforço repetitivo), na cidade de Juiz de Fora, MG.

A partir do mestrado, foi se construindo um percurso e um interesse particular desta autora, vinculando Cultura, Consumo e Mídia à problemática de gênero. Na dissertação, o objeto de pesquisa foram imagens femininas (e do feminino) construídas pelo mundo paralelo da publicidade, consumidas inadvertidamente junto com os produtos e com a própria revista. O objetivo foi investigar como se articularam as relações de gênero no discurso de propagandas veiculadas nos primeiros 50 anos na revista *Capricho*, utilizando a análise qualitativa de imagens, pautada na Orientação Antropológica de Everardo Rocha, na Ritualização da Subordinação de Goffman e na Hermenêutica de Profundidade de John B. Thompson.

Agora, no doutorado, o foco são histórias ficcionais de mulheres do mais consumido produto cultural brasileiro, a telenovela, cuja identificação com as telespectadoras é garantida, por interesse comercial, com o monitoramento e ajuste periódico, utilizando a análise quantitativa e qualitativa da audiência. Na “cerimônia da confusão”, as protagonistas, especialmente, como atrizes ou como personagens, são copiadas, censuradas, imitadas, criticadas, admiradas, viram capa de inúmeras revistas femininas, que funcionam como manuais de comportamento e estilo de vida.

A história mostra que a telenovela é herdeira de uma linhagem desprestigiada como gênero artístico e cultural. Como objeto de estudo científico, não é diferente, e apenas nas últimas décadas foi resgatada como uma possibilidade de entender o popular, quando este último ganhou espaço em recente conflito teórico das ciências.

Seus números de audiência e produção na América Latina e no Brasil, entretanto, a fazem merecedora de um estudo mais atento. Além disto, sua característica de obra aberta, negociada e mediada com os espectadores, a torna um importante terreno de discurso público e um espaço de cumplicidades e negociações permanentes entre diferentes interesses – como a Igreja, escola, entidades profissionais, governo, produtores, patrocinadores, estrelas, autores, e o público. As histórias vividas nas telenovelas extrapolam a tela, e invadem outras instâncias públicas e privadas, formais e informais, que realimentam a trama. A mobilização e interesse de todo o país em torno da novela praticamente a institucionaliza como um fragmento significativo do discurso nacional e uma ponte que de alguma forma conecta o país, que se reconhece na trama.

A esta pesquisa de tese interessa um recorte específico desta narrativa: o que a história das protagonistas revela sobre a forma como as mulheres podem obter reconhecimento. A seguir se descreverá o plano de trabalho desta tese de doutoramento, com a caracterização do problema e da abordagem proposta.

1.1 APRESENTAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

O objeto de estudo desta tese é a narrativa ficcional televisiva, mais precisamente a telenovela *Cheias de Charme*. Com foco na mensagem, busca-se investigar, através da narrativa da história das três protagonistas, o que é veiculado sobre reconhecimento feminino. É fundamental para a escolha deste objeto o ponto de

partida de que a telenovela é um fragmento privilegiado do discurso social produzido pela cultura, onde se pode ver constelado o imaginário social.

Tal privilégio é explicado pelas telenovelas se constituírem como o produto cultural brasileiro de maior consumo interno e externo¹. A sobrevivência e, mais que isto, o destaque da telenovela brasileira, numa realidade globalizada, com tendências hegemônicas de industrialização da cultura, onde opera um “sistema mundial de intercâmbios desiguais” (CANCLINI, 2001) é digna de nota. Através da telenovela, a indústria brasileira “inverteu a direção usual dos fluxos transnacionais da mídia, em geral voltados das metrópoles coloniais para as ex-colônias”, ao produzir a maior parte do conteúdo exibido no horário nobre, e exportar para os cinco continentes (HAMBURGER, 2005:22). Ortiz e Ramos (1998: 118) explicam a notabilidade da telenovela brasileira com uma passagem do jornal americano *The Economist*: “Conseguiu-se o que alguns chamam nos Estados Unidos de “pequeno milagre”, isto é, a sedimentação de uma produção de narrativa seriada na TV em contraposição à hegemonia americana assentada na tradição hollywoodiana”. Escostesguy (2010) faz um pequeno retrato desta hegemonia (o que Hall chama de cultura de massa global, ou uma concepção americana de mundo) vencida milagrosamente pela telenovela:

Sintetiza-se que essa “cultura de massa global” permanece centrada no Ocidente, ou melhor, nas narrativas ocidentais; “fala inglês” enquanto língua internacional; é dominada por imagens da publicidade, da televisão e do cinema; é uma forma peculiar de homogeneização, ou seja, é uma forma de representação cultural (fundamentalmente, visual) homogenizadora mas nunca absolutamente completa (ESCOSTESGUY, 2010: 154).

¹ Segundo o Media Book 2011, publicação com dados consolidados das pesquisas do IBOPE Media realizadas no ano anterior no mercado latino-americano, as transmissões de futebol e as telenovelas foram as maiores atrações da televisão aberta latino-americana. O Brasil se destaca como principal produtor (IBOPE, 2011).

A telenovela faz parte do cotidiano das famílias brasileiras há décadas, e certamente esta continuidade de audiência possui sentido para esta comunidade, e mais especificamente para o público feminino, seu principal espectador. Além disto, por sua produção mediada com os telespectadores, reflete as tensões, conflitos e valores populares, ao mesmo tempo em que também é reflexo de interesses comerciais.

A afirmação principal desta pesquisa é que é possível mapear, nas histórias das protagonistas das telenovelas, a construção de uma concepção de reconhecimento feminino. Poderá se identificar como é construído, com quais interesses e poderes ele se articula, e se de fato é emancipatório, ou seja, se as histórias ilustram resistência e luta para obtê-lo.

O Reconhecimento é um conceito caro à Teoria Crítica, que fundamenta os Estudos Culturais, possuindo em seu projeto político o compromisso de indagar como a realidade pode promover a transformação da disparidade e da discriminação. Seu principal representante hoje é Axel Honneth, cuja teoria apresentada no livro *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*, publicado em 1992, será utilizada de forma instrumental nesta tese para o desenvolvimento do protocolo de análise. Na concepção proposta por Axel Honneth, o Reconhecimento é visto como uma forma positiva de se autorrelacionar, promovida ou possibilitada pelas relações afetivas, jurídicas e sociais da comunidade em que o indivíduo encontra-se inserido. Basicamente, a autorrelação consiste em autoconfiança, autorrespeito e autoestima.

1.2 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA

As lutas por reconhecimento feminino traçam um longo percurso para as mulheres, ainda longe de terminar. Como irá se detalhar no capítulo “Materialização do [não] reconhecimento feminino”, hoje se sabe que a igualdade de oportunidades

para as mulheres afeta não somente a elas mesmas, mas a seus filhos, sua família, o desenvolvimento econômico e social das gerações presentes e futuras. No Brasil, especialmente, embora haja importantes conquistas recentes, como o maior acesso à educação, e uma maior participação das mulheres na população economicamente ativa, a desigualdade de gênero se agrava com a exclusão por raça e um patriarcalismo histórico. A desigualdade se materializa em questões como nível salarial, acesso a posições decisórias nas empresas, representatividade política, violência doméstica, entre outros.

Obviamente, esta materialidade da desigualdade precisa se escorar, ainda hoje, em um discurso legitimador, que não é o oficial, mas o das entrelinhas, informal, que se infiltra nos espaços de descontração, e espalha seus fragmentos de maneira sutil, às vezes lúdica, como na ficção televisiva. Como um exemplo, a pesquisa de mestrado desta autora mostrou que, na década de 2000, um recurso maciçamente utilizado pela indústria da propaganda para jovens mulheres foi o conto de fadas, repaginado, mas sem conseguir esconder a velha moral, carregada de ideologias (VISCARDI, 2007).

Neste sentido, a telenovela ocupa um espaço emblemático, por ser estrategicamente pensada para as mulheres, um produto cultural para ser consumido no espaço da casa, construído de forma mediada, que é disciplinado para perseguir a identificação com seu público. Assim, entende-se que a análise das protagonistas ficcionais é uma forma eficaz de conhecer um fragmento do discurso social sobre as mulheres, especialmente o que é compartilhado sobre o reconhecimento feminino, haja vista que, via de regra, o enredo é marcado por histórias que funcionam como exemplos comparativos ao mundo real.

A partir destas premissas, pergunta-se na presente pesquisa de tese:

Que tipo de narrativa sobre reconhecimento feminino é construída através do protagonismo feminino nas telenovelas brasileiras? Com quais interesses e poderes esta narrativa se articula?

1.2.1 Desdobramentos secundários do problema

O problema principal se estrutura sobre (e permite) várias outras questões, que desenham um roteiro de problemáticas teóricas, metodológicas e práticas a serem abordadas, mesmo sabendo de antemão que poderão não ser totalmente respondidas. São elas: Se há um modelo de reconhecimento proposto nas histórias das protagonistas, ele de fato é emancipatório ou é apenas uma retórica que continua reproduzindo a subordinação feminina? Será possível instrumentalizar a teoria de Honneth de forma didática, a fins de examinar as histórias? Como transpor para o mundo ficcional uma teoria [do Reconhecimento] que foi feita para analisar a realidade? Como analisar uma questão política [gênero] na articulação realizada pela telenovela entre o público e o privado, na medida em que discute temáticas privadas que vão a debate público, assim como apresenta temáticas coletivas num cenário privado? Como minimizar o fato de a pesquisa não contemplar a recepção, contando apenas com a análise da produção? Como o discurso para as mulheres está contaminado pelos interesses mercadológicos, uma vez que se trata de um produto altamente rentável para a televisão, e com compromisso com o interesse dos patrocinadores?

1.3 JUSTIFICATIVA

Este tópico pretende apresentar e justificar as escolhas que delinearão esta pesquisa.

A pesquisa se insere plenamente dentro da **Linha de Pesquisa 2** do Programa de Doutorado, intitulada *Novas Socialidades, Cartografias Sociais e Políticas do Quotidiano Contemporâneo*. A linha “propõe uma visão interdisciplinar para a construção psicossocial das novas socialidades do cotidiano contemporâneo, seus processos e táticas, seu imaginário local e globalizado”. Ela enfoca, entre outros, o desenvolvimento sustentável sob o prisma de gênero, assim como “processos de identidade cultural, cidadania e reconhecimento social”, através de metodologias como “etnografias do cotidiano, narração e memória cultural, registros visuais e utilização da imagem.” (EICOS, 2013).

Pode-se entender esta pesquisa a partir das escolhas feitas num tripé: 1) a realidade factual que se deseja compreender para mudar [qual seja, a situação real de desfavorecimento das mulheres brasileiras, que aqui será traduzido como a falta de reconhecimento]; 2) com a premissa de que esta realidade se ancora no discurso social cotidiano, se fez o recorte sobre o discurso consumido junto com os produtos culturais, dentro dele a televisão, mais especificamente a telenovela, e entre as telenovelas, *Cheias de Charme*; e 3) uma teoria que permitisse guiar a investigação da construção discursiva sobre as mulheres, a qual se elegeu a Teoria do Reconhecimento.

A *orientação principal* do trabalho está alinhada com o objetivo dos Estudos Culturais, no qual se insere a Teoria do Reconhecimento de Axel Honneth - investigar como o cotidiano pode promover a transformação da disparidade e da discriminação, o que se coaduna com os objetivos da Psicossociologia. Para isto, elege como *temática*

o gênero. Pretende, portanto, ainda que de forma indireta, colaborar para a diminuição da desigualdade desfavorável para as mulheres.

Embora entenda que o termo gênero seja metodologicamente utilizado de uma perspectiva analítica relacional, na qual homens e mulheres são definidos em termos recíprocos (SILVA, G.J. da, 2004), a pesquisa foca na realidade das mulheres no Brasil. O que justifica esta escolha é a identificação de vários dados que materializam a desigualdade histórica e a dificuldade de empoderamento feminino, que, se pressupõe, se enraízam em aspectos culturais, presentes no discurso social cotidiano. É neste microcosmo, nas entrelinhas, que a disparidade precisa ser compreendida e combatida. Através dele, criam-se crenças para justificar, sustentar, legitimar e dar continuidade às relações de subordinação. Para mudar a realidade, portanto, seria necessário questionar a construção discursiva.

Entre as várias manifestações do discurso social, a pesquisa se detém sobre os produtos culturais, elegendo como *suporte* a televisão, e como *veículo* a telenovela. Tal escolha se justifica pela capacidade de alcance da telenovela para o público feminino, não só em seu horário de exibição, que ocupa seis dias por semana uma boa parte da programação, mas pelas sociabilidades que acarreta no dia a dia. Embora se reconheça que este discurso é representativo de apenas uma parte do país, pois o polo de produção das telenovelas se concentra no eixo Rio-São Paulo, ele é consumido por uma grande parte da população, de todas as regiões do Brasil. As tramas diegéticas extrapolam o horário de exibição ao estenderem-se nas discussões do cotidiano, e se alimentam em programas de entretenimento, revistas, jornais, quando não invadem e se confundem com o mundo real.

O *corpus* da pesquisa se constituirá nos 143 capítulos da telenovela *Cheias de Charme*, exibida pela Rede Globo entre 16 de abril de 2012 a 28 de setembro de 2012. Além de sua exibição coincidir com o período de pesquisa da tese, alguns outros fatores contribuíram para torná-la uma boa escolha. Ela foi exibida no período das 19

horas, um horário que enfrentava certa crise de audiência há algum tempo. Algo nesta novela movimentou os telespectadores, aumentando a audiência e alimentando em cascata todo o universo que se nutre das tramas de sucesso, como programas jornalísticos, de entretenimento, trilha sonora, jornais, revistas. Sua trama principal traz um protagonismo feminino visto poucas vezes na televisão, pois acompanha a narrativa d história de três domésticas, normalmente relegadas a papéis secundários, inexpressivos [o que chamam de “escada”], ou muito estereotipados [a figura maternal das babás, a empregada sedutora, papéis cômicos] – ou seja, normalmente sem nenhum reconhecimento. A própria ocupação de doméstica é bastante representativa da condição da mulher no Brasil, uma vez que se constitui num dos chamados guetos ocupacionais femininos.

Como *teoria* que dará suporte para a análise da telenovela, a pesquisa elege a Teoria do Reconhecimento de Axel Honneth. Ocorre que tornar suas pesquisas mais aplicadas ainda é uma dificuldade para os Estudos Culturais, assim como para a Teoria do Reconhecimento, o que torna o trabalho desta tese mais desafiador. A escolha teórica por Honneth justifica-se porque sua proposta contempla um diagnóstico dos “sintomas” do não reconhecimento, que também torna possível uma aplicação mais prática para a análise do cotidiano.

A condição de *ineditismo e contribuição* desta tese, assim como seu desafio, é construir uma metodologia viável para transpor a teoria do Reconhecimento em categorias que permitam um protocolo para uma análise sistematizada da história das protagonistas. O desafio maior é utilizar, de forma instrumental, conceitos de filosofia política na perspectiva da psicologia social, com material de campo ficcional.

1.4 OBJETIVOS

Esta pesquisa de tese pretende, como objetivo principal, realizar um mapeamento das histórias de reconhecimento das protagonistas da telenovela *Cheias de Charme*,

considerando-as como um fragmento do discurso social, a fins de identificar que modelo de reconhecimento é proposto ao público, e suas articulações políticas, culturais e sociais.

Como objetivos secundários, pretende, metodologicamente, instrumentalizar a teoria do Reconhecimento de Axel Honneth; e desenhar um caminho metodológico para a análise qualitativa da história das protagonistas ao longo dos 143 capítulos.

Nos aspectos teóricos, se propõe a apresentar a teoria de Axel Honneth, nos seus aspectos mais analíticos; levantar dados sobre a materialização do reconhecimento das mulheres no Brasil; discutir a evolução histórica da legitimidade acadêmica e científica dos produtos culturais populares como objetos de estudo; apresentar a tradição oral e visual (não letrada) de transmissão de conteúdo e conhecimento, da qual a telenovela faz parte, expondo suas ideologias e relações de poder, sentidos e tensões; investigar o caráter historicamente híbrido da origem e evolução da telenovela, que misturou influências culturais da Europa, EUA, América Latina.

1.5 METODOLOGIA

O cuidado principal desta tese, para a pesquisadora, foi manter-se fiel e unir seus interesses acadêmicos – o vínculo entre Cultura, Consumo e Mídia (amparados pela perspectiva dos Estudos Culturais) e as questões de gênero, mais especificamente a desigualdade feminina (cuja abordagem pela Teoria do Reconhecimento se mostra como uma das mais relevantes no debate acadêmico e político contemporâneo). O que costura os dois ângulos é a premissa que a desigualdade espelhada nos dados estatísticos sobre mulheres no Brasil se estrutura e legitima no discurso social cotidiano, do qual a mídia (e a telenovela) faz parte.

Assim, analisando-se o discurso, podem-se compreender melhor as práticas. Esta é uma premissa que une os estudiosos dos Estudos Culturais, independente de suas diferenças:

O que os une é uma abordagem que insiste que através da análise da cultura de uma sociedade – as formas textuais e as práticas documentadas de uma cultura – é possível reconstituir o comportamento padronizado e as constelações de ideias compartilhadas pelos homens e mulheres que produzem e consomem os textos e as práticas culturais daquela sociedade. É uma perspectiva que enfatiza a “atividade humana”, a produção ativa da cultura, ao invés de seu consumo passivo”. (STOREY, 1999:46).

Um outro fio condutor que está na gênese histórica dos dois ângulos e sustenta sua relação é a perspectiva da Teoria Crítica, e seu imperativo de compreender e mudar a desigualdade e a discriminação.

A partir daí, dois direcionamentos se fizeram presentes desde o início do trabalho: o desenvolvimento de um protocolo de análise baseado na Teoria do Reconhecimento de Axel Honneth, e sua aplicação a um objeto de estudo ficcional.

Assim, procedeu-se ao trabalho de construção de um protocolo de análise, que manteve o foco de investigar a circulação de conteúdos e discursos específicos sobre o reconhecimento feminino, tratando a história da protagonista como uma história que poderia ter sido contada fora do mundo diegético, ou, de outro ponto de vista, como uma etnografia de uma leitura ficcional. O roteiro de investigação foi desenhado a partir da proposta teórica de Honneth, que foi objetivada em temáticas e pontos críticos para o reconhecimento.

Um outro desafio, de ordem prática, se referiu ao manuseio de um material muito extenso. Além da questão do tempo, em que cada capítulo tem aproximadamente 40

minutos, o que totaliza 5.720 minutos, ou 96 horas, há também a questão da extensão dos arquivos, que dificultam a armazenagem, cópia e tratamento.

Inicialmente se traçou o perfil das protagonistas, com levantamento de características pessoais, familiares e história pregressa até o momento de início da novela. A seguir, procurando pontos críticos na história, buscou-se estabelecer um diagnóstico da estrutura das relações sociais de desrespeito e luta por reconhecimento na história das protagonistas, patologias e resistências, utilizando a estrutura das relações sociais de reconhecimento proposta por Honneth. Esta estrutura contempla aspectos referentes a vivências de afeto, direito e estima social, e será melhor detalhada no item “Caminhos metodológicos da pesquisa”.

1.6 ESTRUTURA DOS CAPÍTULOS

No primeiro capítulo teórico, numerado capítulo 2, apresenta-se a justificativa da telenovela como objeto de estudo para esta tese. Pretende-se demonstrar que a telenovela possui riqueza e densidade cultural em sua história. O capítulo explica a origem do desprestígio da telenovela, contextualizando seu resgate cultural e acadêmico enquanto produto da cultura popular através dos Estudos Culturais. O capítulo finaliza com a defesa da telenovela como uma forma de compreender o cotidiano brasileiro, e mais especificamente o mundo do imaginário feminino.

O capítulo 3 apresenta a teoria do reconhecimento de Axel Honneth. Para isto, faz uma breve exposição das ideias originais que o inspiraram, de Hegel e Mead. O capítulo se encerra apresentando algumas controvérsias conceituais sobre reconhecimento, protagonizadas entre Taylor e Habermas, e Fraser e Honneth.

O capítulo 4 traz a pesquisa empírica, iniciando com a abordagem metodológica e os desafios práticos encontrados no decorrer da pesquisa. A seguir, apresenta dados secundários sobre o reconhecimento das mulheres no Brasil. Faz uma breve apresentação da telenovela Cheias de Charme e suas protagonistas, antes de realizar a análise das dimensões do reconhecimento, das estruturas de desrespeito e das lutas por reconhecimento, utilizando como base a teoria de Honneth.

2 TELENOVELA COMO OBJETO DE ESTUDO

Este capítulo pretende fazer uma defesa da telenovela como espaço privilegiado para se investigar o discurso e o imaginário social. Inicialmente, o texto faz uma cronologia desde a pré-história da telenovela, mostrando a riqueza cultural de suas origens. Posteriormente, mostra a relação entre seu desprestígio acadêmico e artístico, até que tenha sido resgatada pelos Estudos Culturais. Finaliza apresentando a telenovela como uma narrativa do cotidiano, mostrando que, no Brasil, ela é o produto central de um dos principais campos através dos quais a cultura circula e é produzida – a televisão.

2.1 AS MATRIZES CULTURAIS DA TELENOVELA

Este tópico apresentará as matrizes culturais da telenovela, que resulta num hibridismo de diversos códigos semióticos e perpassa diversos formatos industriais. Conforme SILVA, G. J. (2000:67), hibridismo pode ser definido como a combinação e renovação de grupos e identidades culturais. Os elementos híbridos destacam “o caráter fluido, instável e impuro da formação da identidade cultural, tais como mestiçagem, sincretismo, tradução e cruzamento de fronteiras”.

Ortiz e Ramos (1989) destacam que, ainda que sejam resultado de uma industrialização, os produtos culturais não podem ser compreendidos como uma mercadoria comum, pois carregam “valor de uso” e “valor de símbolo”.

Segundo Martín-Barbero (2003), as relações entre as matrizes culturais de determinado produto e os formatos industriais que este pode apresentar ao longo do tempo refletem mudanças no modo como se articulam os movimentos sociais e os discursos públicos. Estas relações contemplam mediações negociadas da comunicação coletiva, que definem os usos sociais dos meios.

Pode-se dizer que o hibridismo da telenovela revela uma história de negociações entre meios e mediações. Os meios utilizados por esta narrativa incluem, ao longo do tempo, o teatro, o jornal, o rádio, o cinema, a TV e a revista. As mediações que perpassam estes meios passam pela utilidade do conteúdo da mensagem (que neste caso serviu ao popular ou a quem desejasse atingir o popular, como os militares no processo de nacionalização) e pelo status atribuído ao acesso aos bens culturais, especialmente no que tange à comparação entre o oral e ao escrito. Outra força bastante presente é a apropriação do bem pelos seus aspectos comerciais, com a necessidade de produzir um conteúdo que gere cada vez mais audiência. Uma outra força, ainda, é a necessidade técnica da centralização da produção no eixo Rio-São Paulo, que carrega a telenovela de etnocentrismo.

Contrariando o senso comum sobre as telenovelas, que normalmente as têm como frívolas, superficiais, e produto (menor) de uma recente indústria cultural de massa, uma investigação mais aprofundada mostra uma matriz cultural híbrida e longa, que mistura contribuições de épocas e interesses diversos. Assim, este tópico busca ressaltar as sociabilidades, institucionalidades e ritualidades que a telenovela incorpora desde sua pré-história.

2.1.1 Folhetins e melodramas

A influência mais antiga da telenovela ocorre com o surgimento do amor cortês, na Europa Medieval (1.110), que refletiu novos padrões sociais e institucionais de enxergar e vivenciar o relacionamento, a sexualidade e o desejo. O amor cortês influenciou diversas histórias românticas na literatura, sustentadas pelo obstáculo, pelo triângulo amoroso, pela ruptura da ordem e pela ascensão social através do amor. Estas características ficcionais coincidem, na vida real, com uma nova forma de institucionalizar a relação conjugal. Com a aceitação do amor como base do casamento

para a Igreja, passou a bastar, para a realização da cerimônia, que houvesse um compromisso verbal entre os noivos, dispensando exigências anteriores como o dote e a autorização dos pais. Tal fato sinaliza o declínio de um período em que o casamento era realizado por interesse familiar ou material e predominava indiscutivelmente a hierarquia patriarcal (COSTA, 2000).

Acompanhando a transformação social, as histórias ficcionais de amor passam a versar sobre a luta pela sobrevivência do “amor verdadeiro” contra todos os obstáculos. Em alguns casos, resultam de uma nova visão sobre antigas histórias reais, como Romeu e Julieta, que desloca ao longo do tempo o foco da mensagem: a história, que circulava desde o século III para atentar para o perigo da desobediência dos filhos à autoridade paterna, foi reescrita por Shakespeare, se transformando em uma advertência para o perigo da oposição intransigente dos pais à concretização do amor. Segundo Costa (2000) o mérito da literatura cortês foi instaurar uma nova forma desejante, que permitiu um controle do imaginário, o que foi herdado pelas telenovelas.

Da literatura cortês derivarão, no século XIX, os romances, de alta cultura, e os folhetins, publicados nos jornais, considerados de baixa cultura. Os folhetins estão alicerçados pelo melodrama, um tipo de drama que se tornou popular especialmente entre a classe operária no séc. XIX, onde se intercalavam acompanhamento orquestral e pantomima² (ANDRADE, 2003). Era escrito para um público iletrado, que não estava em busca de palavras, mas de ações e grandes emoções (MARTÍN-BARBERO, 2003).

Os folhetins serão os modelos para as telenovelas, com seus “ganchos” ao final de cada capítulo, que funcionam como promessas de novas emoções, e seu estímulo ao Bovarismo (escapismo). Dentre os diversos elementos dos folhetins apropriados pelas telenovelas, pode-se citar ainda a expressão inflada de um conflito individual ou

² Teatro gestual

coletivo; o repertório mais ou menos fixo de histórias exemplares; a simplicidade na forma, esquematismo, polarização maniqueísta, apelo direto aos sentimentos; a popularização, ao mesmo tempo, entre as camadas menos favorecidas e o acesso também das elites (que encontram neste produto cultural popular a fruição dos prazeres negados pelo autocontrole burguês) (COSTA, 2000).

Segundo Andrade (2003), as raízes melodramáticas dos folhetins denotam um caráter político e utilitário, demandado pela necessidade de uma nova moralidade e busca de justiça provocada pela Revolução Francesa. Assim, o melodrama não provê apenas o prazer de ver representado na ficção o que se deseja na realidade, ele também fornece uma forma de compreender (e criar) a nova ordem de um mundo pós-revolucionário da época:

Neste contexto, é preciso produzir melodrama para justificar a incessante luta contra inimigos, vilões, subornadores da nova moralidade que devem ser expurgados e confrontados para que a virtude triunfe, tornando as novas representações legíveis e claras para todos (ANDRADE, 2003: 53).

Folhetim e melodrama se tornam sinônimos desde então: previsíveis, redundantes, piegas, sentimentais, estereotipados (COSTA, 2000). De certa forma, pode-se assinalar um caráter político em ambos, pois carregam uma crítica aos valores sociais – o folhetim, buscando retratar a vitória do amor sobre os interesses econômicos e políticos (e a consequente possibilidade de mobilidade social pelo casamento), e o melodrama, na busca de uma nova moral, em que os justos vençam.

As classes operárias se compraziam de assistir, ao menos no melodrama, a derrota da injustiça e da vilania, utilizando-se para isto de maniqueísmo, exagero nas representações e moralidade exacerbada. Tais características, ligadas ao operariado, que irão acompanhar o folhetim, são denotadas desde então com o status de inferioridade cultural (ANDRADE, 2003).

Segundo Ortiz (1989), no Brasil os folhetins tiveram pouco sucesso (especialmente após a chegada das radionovelas em 1941, importadas da Argentina). Embora tenham se desenvolvido quase concomitantemente à França, a maioria se tratava de tradução do francês, e a pouca produção nacional mais parecia um romance publicado de forma seriada, previamente escrito e sem incorporar as repercussões dos leitores ao capítulo anterior, característica fundamental do folhetim.

Os folhetins logo foram dramatizados pelo rádio americano, no que seria chamado de *soap opera*³, ou “óperas de sabão”, numa referência aos patrocinadores costumeiros da indústria americana de produtos de limpeza e higiene pessoal, como Colgate Palmolive e Lever Brothers (HAMBURGUER, 1998). As *soap operas* atingiram rápido sucesso nas rádios cubanas, que carregaram ainda mais no tom melodramático que se tornou modelo para toda a América Latina (ORTIZ, 1989).

O folhetim apresentava uma pluralidade de temas, mas o imperativo dos patrocinadores de atingir o público feminino trouxe o amor como tema central para as radionovelas latino americanas, com seus desdobramentos no casamento, divórcio, gravidez, traição (ORTIZ, 1989).

Do rádio, o melodrama migrou para a televisão, incorporando influências do cinema americano, que por sua vez, revivia os folhetins (MEYER, 1996).

A princípio, por sua origem radiofônica, as telenovelas foram consideradas gênero menor, perdendo espaço para os teleteatros, mais intelectualizados. Por isto, na tentativa de “imprimir ao gênero uma posição intelectual superior”, em toda a década de 50 quase todas as histórias são adaptações de romances ou filmes estrangeiros, (ORTIZ, 1989: 45). Pode-se citar *Scaramouche*, *O Conde de Monte Cristo*, *Máscara de Ferro*.

³ Nas *soap operas* não há uma história principal, portanto, não há começo, meio e fim, mas um grupo de personagens fixos, vivendo indefinidamente diferentes situações (ORTIZ, 1998)

A partir do final dos anos 60, com a popularização e comercialização da TV, as telenovelas viram “febre”. Os patrocinadores da “indústria de sabão” desde cedo incentivaram o gênero, produzindo (além de patrocinar) seus próprios roteiros direcionados às mulheres. Para vender mais para significantes compradoras e influenciadoras das compras familiares, era necessário ajustar as narrativas para causar mais identificação. Este imperativo torna o discurso das telenovelas importantes fontes de significados e valores partilhados, especialmente pelas mulheres, em determinadas épocas, sendo “o produto de uma *bricolage* de uma tradição literária e as necessidades econômicas [...]” (ORTIZ, 1989: 25). Durante este período inicial, os mesmos textos eram adaptados e readaptados a cada país, numa “rede transnacional” (HAMBURGER, 2005: 84).

2.1.2 A telenovela brasileira

No Brasil, a partir de 1954, o gênero melodramático, predominante até então, começa a declinar (ORTIZ, 1989). Mas apenas a partir do final da década de 60, com *Beto Rochefeller*, começou-se a introduzir temáticas mais masculinas, nacionalistas e cotidianas, embora as temáticas centrais continuassem sendo a vida afetiva, relacional e familiar, de caráter privado e interesse predominantemente feminino em nossa sociedade (LOPES, 2003). Neste período ocorreu uma reorientação da telenovela, que vai perdendo características do folhetinesco em favor do realismo. Isto ocorreu basicamente por três motivos: a presença de escritores nacional-esquerdistas, de concepção estética influenciada pelo realismo; a modernização da sociedade brasileira e a presença censora do Estado quanto às temáticas abordadas (ORTIZ, 1989). As telenovelas passam, neste período, por um processo de nacionalização, essencial para gerar identificação com o projeto de modernização do “milagre brasileiro” (COSTA, 2000). O governo militar, em especial, atribuiu “um papel estratégico à televisão em sua política de integração nacional”, estabelecendo como prioridade de governo o

investimento em infraestrutura tecnológica (HAMBURGER, 2005:21). Segundo Hamburger, a ideia inicial dos militares é que tal “integração nacional” se daria através dos jornais, e não das telenovelas. Entretanto, na luta entre as forças do governo e as forças do mercado, a telenovela se destacou:

E a consequência é esse produto nacional inusitado, misto do que mais comercial e lucrativo a indústria cultural foi capaz de produzir, embalado com as cores nacionais, vitrine da contemporaneidade brasileira, definida em cenários que destacam, muitas vezes, imagens de ícones nacionais como Brasília, o Pão de Açúcar etc., e reconhecida como palco de movimentação de tipos ideais de homem, mulher, pai, mãe, filha e família brasileiros (HAMBURGER, 2005: 36)

Na década de 70, o público masculino foi seduzido com temáticas próprias, inicialmente com *Irmãos Coragem*, novela assumidamente inspirada nos westerns americanos, com protagonistas do mundo do futebol e do garimpo.

Neste período se iniciou o marketing mais agressivo na Rede Globo, que caracterizou a telenovela brasileira com um caráter mercadológico nas últimas décadas, sendo apontada como a produção mais rentável da televisão brasileira. Para garantir a audiência, a produção das telenovelas é fortemente direcionada por pesquisas quantitativas e qualitativas, cuja interpretação é subsidiada com conhecimentos de Psicologia, Sociologia e Marketing (HAMBURGER, 2005). Além do controle do nível de audiência, normalmente são feitos grupos de discussão, com cerca de dez mulheres, e painéis, quando cerca de 200 mulheres são entrevistadas por telefone, às vezes sobre questões emergenciais e pontuais, como a preferência por desfecho para determinada trama (ORTIZ, 1998). O IBOPE (instituto Brasileiro de Opinião e Estatística) é o pesquisador mais conhecido de dados quantitativos, gerando até o neologismo popular “dar IBOPE”, que significa obter visibilidade. Além de efetuar a coleta instantânea de dados da audiência em São Paulo, o IBOPE também acompanha a audiência nas nove maiores regiões metropolitanas brasileiras, sendo

quatro através do aparelho *peplemeter* e cinco através de um caderno de anotações usado pelo espectador (HAMBURGER, 1998).

Com a audiência assegurada, a emissora passou a lucrar não só com os patrocinadores, mas com a promoção de produtos correlatos às telenovelas, como trilhas sonoras, livros, e o *merchandising*⁴. Segundo Ortiz e Ramos (1988), pode-se perceber uma média de 5 a 6 inserções de *merchandising* por capítulo. As trilhas sonoras das novelas passaram a fazer tanto sucesso que praticamente substituíram os festivais musicais produzidos pela Globo, que tinham o objetivo de levar os músicos e suas canções ao conhecimento do grande público a fins de vender discos (SCOVILLE, 2008).

Livre dos temas de época, com o contexto da novela sintonizado ao dos telespectadores, torna-se possível produzir mais referências comportamentais, especialmente de consumo. Ficava claro, nas tramas, que era difícil “ser moderno” sem consumir, e “ser moderno” interessava muito à sociedade brasileira de então, aos capitães da TV e ao governo, com seu projeto nacional desenvolvimentista (HAMBURGER, 1998).

Mais do que vender produtos, a telenovela tem um caráter pedagógico para que o consumidor compreenda os códigos da propaganda, ao promover a familiarização com estilos de vida, e a forma como bens e serviços delimitam as distinções sociais. Assim, promove uma cultura de consumo ao conectar costumes e consumo, “educando” sentimentos (ALMEIDA, 2001). Deste modo, a novela prepara o consumidor para compreender a mensagem hipercondensada da propaganda:

São estes valores que são usados pela publicidade como se fossem senso comum, segundo os publicitários – explorados de modo conciso em narrativas curtíssimas, só fazem sentido aos olhos dos espectadores porque já foram ensinados a compreender tais

⁴ Promoção de produtos sutilmente inseridos na própria trama, misturando o real com o ficcional.

representações nas telenovelas. E aprenderam a ler tais representações porque entram em contato com estas representações e refletem sobre elas e sobre sua vida cotidiana, comparando o que vivem os personagens com suas próprias situações pessoais, especialmente quanto à vida familiar e íntima. (ALMEIDA, 2001: 22 e 23)

Entretanto, na visão de Lopes (2003), não é o caráter consumista que deve ser enfatizado na análise das telenovelas. A visão do autor pode ser considerada otimista sobre o papel da telenovela para promover a modernização e a conscientização sobre temas coletivos, como inclusão social, responsabilidade ambiental, cidadania, e especialmente a desigualdade:

[...] por ter conseguido alta credibilidade, a telenovela brasileira tornou-se um espaço público de debates de temas representativos da modernidade que se vive no país, tornando-se assim um recurso comunicativo que, ativado, possibilita compartilhar os direitos culturais, a diversidade étnica e a convivência social, logrando maior consciência e motivação para práticas contra os conflitos e desigualdades que marcam a sociedade brasileira. (LOPES, 2003: 1)

O que se percebe é que há, em todo o tempo, a combinação de aspectos arcaicos e modernos nas tramas, bem de acordo com a sociedade brasileira. A telenovela, como obra aberta, se obriga para sobreviver, a reproduzir a ordem vigente, que ora acelera, ora retrocede, e assim os autores e produtores vão experimentando, em alguns casos reproduzindo valores, e em outros, provocando, até o limite do público. Esta experimentação gera às vezes efeitos bizarros, como ocorreu em Torre de Babel, de 1998. Foi preciso explodir, literalmente, um casal de homossexuais femininas, para contentar o público que ainda não estava “moderno o suficiente” para aceitá-lo.

Ainda que se desenvolva a partir de tramas fechadas, como *Roque Santeiro*, originalmente uma peça teatral, ou *Tieta*, originalmente um romance de Jorge Amado, as adaptações procuram ajustar a trama ao público para gerar identificação.

Elas são capazes de “sintonizar” telespectadores com a interpretação e reinterpretação da política, assim como de tipos ideais de homem, mulher, marido, esposa e família. A novela se tornou um dos veículos que capta e expressa padrões legítimos e ilegítimos de comportamento (HAMBURGUER, 1998).

Roque Santeiro (1985) chamava-se de *O Berço do Herói*, peça escrita em 1963 por Dias Gomes, que foi proibida pelos militares em 65. Adaptada para a telenovela em 1975, já tinha 20 capítulos gravados quando foi censurada, e só estrearia realmente 10 anos depois, reescrita a quatro mãos, com novos personagens, com a extinção de outros, e ainda tendo que adaptar-se à censura (XAVIER, 2007).

A partir do final da década de 1990, passa a se fortalecer o formato das chamadas “novelas de intervenção”. Neste período, a hegemonia da Rede Globo foi ameaçada pela diversificação de formato e conteúdo programático do SBT e da Manchete. Hamburger identifica no período uma disputa na forma de interpretar o Brasil, que irá envolver de maneira complementar as telenovelas e os telejornais destas emissoras. Enquanto os telejornais da Globo mantinham um tom ameno, suas telenovelas investiam na ideia de um país moderno, e de alguma forma se engajavam por este ideal. O SBT, por sua vez, importava novelas mexicanas e compensava sua falta de ligação com as questões nacionais com um telejornal (*Aqui, Agora*) que trazia temas cotidianos e policiais, envolvendo-se nas relações entre cidadãos, empresas e instituições públicas, especialmente nas questões policiais e de justiça. Já as telenovelas da TV Manchete se destacaram apostando na ideia de um Brasil rural e exótico, como *Pantanal* (HAMBURGER, 2005).

As novelas de intervenção são assim chamadas por sua intenção de interferir em assuntos pontuais, se portando como prestadoras de serviço, com ações de marketing social. Assim, *Explode Coração* exibiu imagens de crianças desaparecidas, e promoveu ONGs; *De Corpo e Alma* divulgou a doação de órgãos; *Mulheres Apaixonadas* discutiu a violência urbana, unindo em passeata personagens, atores, membros de ONGs, governantes e anônimos; o *Rei do Gado* deu visibilidade ao MST, Movimento dos Sem-Terra e discutiu a Reforma Agrária, entre outros. Na maioria dos casos, os eventos do mundo diegético eram vivenciados com agentes do mundo real, e por isto ocupavam espaços jornalísticos.

Hoje, as telenovelas brasileiras alimentam não só o meio televisivo, mas estão plenamente inseridas na “sociedade do espetáculo” (DEBORD, 1998), gerando notícias em revistas, jornais, internet, misturando atores e personagens, que alimentam a chamada “cerimônia da confusão”⁵ (FERRES, 1988). Na própria televisão, as estrelas das telenovelas frequentam outros programas, onde se posicionam como atores e alimentam discussões sobre o curso dos personagens. Wolton (2006:16) diz que esta é uma característica própria do meio televisivo, que o diferencia como um laço social indispensável à sociedade individualista contemporânea, no qual mais importante do que ver algo, é falar sobre ele, pois a televisão é um “objeto de conversação”. Assim, ainda quando não haja novela, fala-se de novela, até mesmo nos jornais, (que teoricamente devem reportar a realidade) de forma assumida ou sutil.

Nesta quase onipresença, as telenovelas geram identificação com personagens, comportamentos, lugares e produtos, agenciando novas ritualidades, fazendo parte incontestável da rotina diária do cotidiano brasileiro. Um bom exemplo desta “cerimônia da confusão” foi evidenciada na situação vivida na novela *O Rei do Gado*, de 1997, onde a atuação e estilo do personagem Senador Caxias são comentados em colunas políticas do mundo real pelo Senador Darcy Ribeiro, no Jornal Folha de São

⁵ Dificuldade provocada pela mídia nos receptores, de distinguir entre realidade e ficção

Paulo, e utilizados para alimentar uma discussão sobre a conduta ética na política. Em resposta ao ocorrido no mundo real, Senador Caxias agradece, na novela. Posteriormente, na ocasião de sua morte no mundo ficcional, o Senador Caxias pôde contar no seu velório com a presença dos políticos da vida real, Eduardo Suplicy e Benedita da Silva. Tal situação lembra um pouco o recurso ficcional utilizado por Woody Allen no filme *A cor púrpura*, numa via de mão dupla, onde personagens entram no mundo real e figuras reais interagem no mundo ficcional – o portal que separa a realidade da ficção esteve aberto por alguns capítulos.

O deslocamento da matriz clássica melodramática, para imagens da realidade nacional, num tom crítico, ocorreu a partir do final da década de 60 e início da década de 70, e é apontado por Borelli (2001) como uma das distinções da telenovela brasileira em relação a outros países. Pode-se falar que é o início da tendência de discutir questões públicas na esfera privada, através das histórias pessoais do mundo diegético. Além disto, a partir dos anos 70, o melodrama das telenovelas brasileiras passa a conviver com outros estilos, como a comicidade, o erotismo, a narrativa policial. Outra característica distintiva é o padrão de produção, considerado mais complexo e sofisticado, envolvendo tecnologia, gerenciamento, qualificação dos profissionais e fortalecimento do setor das telecomunicações.

Os últimos anos assistiram a um decréscimo na audiência das telenovelas, que pode ser explicado pela concorrência diversificada com outros produtos televisivos, o aumento da aquisição de aparelhos de videocassetes e DVDs, da televisão a cabo, uma dificuldade de criar representações para a diversidade da sociedade brasileira (HAMBURGER, 2005). Deve-se acrescentar ainda o fenômeno de expansão da internet. Afinal, impulsionado pela ascensão da nova classe média, o Brasil apresenta o terceiro maior crescimento do mundo na internet em 2011, com 18% de aumento no número de usuários comparativamente a 2010. O acesso à internet móvel (celulares, tablets e modem 3G) praticamente dobrou em 2011 e a TV paga cresceu 31,4% no mesmo período, chegando a 22% da população.

Apesar disto, a televisão como um todo não mostra sinais de decréscimo de audiência (MOTOROLA MOBILITY, INC., 2011). Ainda é o principal investimento das verbas de publicidade, com 53% das verbas (para relativizar, informa-se que o 2º lugar é ocupado pelos jornais impressos, com 20%, e em 3º a TV paga e as revistas, com 8%), e a ficção ocupa o segundo lugar em tempo de programação, com 21,4% da grade, tendo tido um aumento de 6,3% em 2011, comparado a 2010 (OBITEL 2012).

2.2 TELENOVELAS E A NOVA VISÃO DO POPULAR

2.2.1 A telenovela e seu estigma de desprestígio

O melodrama que irá resultar na telenovela é apontado por Martín-Barbero como exemplo emblemático das mudanças na articulação entre movimentos sociais, discursos públicos e formas hegemônicas de comunicação coletiva, que nem sempre foram percebidos pelos estudiosos. O melodrama se inicia nos movimentos populares trazidos pela Revolução Industrial e na cultura popular de massa (que muda o estatuto do popular), passa pelo teatro, pelo folhetim e pela novela (onde capta os ideais das relações familiares burguesas), migra para o cinema americano, e posteriormente para o rádio e a TV latino-americanos. Cada uma destas mudanças carrega diferentes lógicas de produção e competências de recepção:

Esta história nos permite deslocar o maniqueísmo estrutural que nos incapacitou durante muito tempo de pensar a trama das complicitades entre discursos hegemônicos e subalternos, assim como a constituição – ao longo dos processos históricos – de gramáticas discursivas originadas de formatos de sedimentação de saberes narrativos, hábitos e técnicas expressivas. Gramáticas gerativas, que dão lugar a uma topografia de discursos movediça, cuja mobilidade

provém tanto das mudanças do capital e das transformações tecnológicas como do movimento permanente das intertextualidades e intermedialidades que alimentam os diferentes gêneros e os diferentes meios (MARTÍN-BARBERO, 2003: 17).

A diferença entre o culto e o popular se estruturou na separação entre nobre e vulgar, e está engendradora no acesso das classes populares aos códigos produzidos nas narrativas e imagens ao longo do tempo. O desprestígio que acompanha a telenovela pode ser primeiramente localizado nos melodramas, que foram permitidos à classe popular apenas em seu formato mímico. Em finais do século XVII, na França e Inglaterra, os teatros oficiais foram proibidos por lei ao povo⁶, sendo permitidas apenas apresentações sem diálogo, como as pantomimas, encenadas em praças e ruas (MARTÍN-BARBERO, 2003).

Os folhetins, por sua vez, são testemunhas de uma ruptura entre os conceitos de alta literatura e literatura de massa, que faz parte do contexto da Revolução Francesa (COSTA, 2000). A emergência dos folhetins se dá na França num momento de queda do antigo regime, quando se abala a então inquestionável oposição entre cultura de elite e cultura popular. Constitui-se a partir daí um novo polo de produção e consumo literário, no bojo do surgimento da cultura popular de massa, que contempla assuntos “menos nobres”, os chamados *faits divers*⁷. Estes ocupavam um lugar específico nos jornais, o rodapé, ou os *feuilleton* – os folhetins (ORTIZ, 1989).

Ortiz (1989) adjetiva esta mudança como profunda, e aponta as bases sociológicas sobre as quais se constitui. Um dos aspectos são as inovações tecnológicas trazidas pelo advento da Revolução Industrial francesa na esfera da produção e da circulação dos bens culturais, como a melhoria dos processos de impressão e a ampliação da rede de transporte, que permite a maior difusão dos bens à massa. Outra transformação importante que permitiu a formação de um consumo popular da produção cultural

⁶ Só voltaram a ser permitidos, de forma limitada, em 1806.

⁷ Os “fatos diversos” contemplam escândalos, curiosidades e bizarrices

impressa foi a alfabetização da população francesa, que passou de 30% no *ancien régime* para 90% em 1890 (CLARK, 1978⁸, *apud* ORTIZ, RAMOS, 1989).

A dramatização dos folhetins nos rádios fez perpetuar o desprestígio que a telenovela irá herdar. No Brasil, a TV foi marcada em seu início por dois polos de “legitimidade cultural”, que se dividiam entre a programação herdada do rádio (programas humorísticos, shows de calouros, radionovela) e um lado “cultural”, do teatro, que foi representado no teleteatro (ORTIZ, 1989: 42). O interesse comercial seria determinante para a definição da identidade do rádio e da TV, revelando-se numa escolha básica - ser comercial (de amplo acesso popular, ou de “baixa cultura”) ou ter prestígio (“alta cultura”). Em seu início, a telenovela brasileira não era nem um, nem outro: ainda não contava com a aposta dos patrocinadores, e carregava o estigma de desqualificação e gênero menor, devido à sua herança radiofônica, especialmente porque seu *know how* era todo constituído por profissionais do rádio.

Segundo Ortiz (1989:42), existe uma “vinculação orgânica entre o melodrama e as necessidades comerciais”, o que fazia com que quanto mais próximo do melodrama, mais público atraía, mais comercial a produção se tornava, e menos prestígio adquiria. O rádio, pela sua democratização, teve um cunho comercial no Brasil desde cedo, contando com forte apoio (e interferência) dos patrocinadores. Entretanto, a TV, em seu início, era um tanto inacessível ao público, considerada um produto de *status*, e não despertava muito interesse comercial. De acordo com dados do IBOPE citados por Hamburguer (1998), uma década após a inauguração da primeira televisão, apenas 4,61% dos domicílios brasileiros contavam com um televisor. As telenovelas só passam a contar na lista dos dez programas mais assistidos na TV no início dos anos 70. As primeiras telenovelas, na década de 50, ainda não tinham sido influenciadas pelos anunciantes, e não utilizavam o folhetim, mas o romance como base. A estratégia também servia para tomar emprestado ao cinema e ao teatro, o prestígio que faltava (ORTIZ, 1989). Com o aumento da audiência, os patrocinadores das radionovelas

⁸ CLARK, P. The beginning of mass culture in France. In: *Social Research*, 45, 2, 1978.

migraram para a TV, produzindo um leque de títulos fantasiosos, de época, personagens e ambientação diferentes do Brasil de então. Não à toa, a década de 60 foi marcada pela presença de uma cubana, Glória Magadan (que por sinal foi funcionária da Kollynos), autora do emblemático *Sheik de Agadir* (HAMBURGUER, 1998).

Quando a telenovela começa a diminuir o melodrama dos folhetins, e se aproxima mais do teatro, introduzindo tramas cotidianas, urbanas e contemporâneas, com *Beto Rockefeller*, que foi ao ar em 1968/69, os profissionais do teatro chegam à TV, atraindo as elites. A chegada destes profissionais coincide com o início do período de ditadura do regime militar no Brasil, que tinha o teatro como um dos principais alvos de censura, cerceando a atuação dos profissionais, que migram para a TV. A partir desta aproximação com o teatro, as telenovelas precisam garantir o interesse e a identificação de elites e subalternos. A solução encontrada foi a dramatização de uma sociedade idealizada, “*mais rica e mais branca*” que a real, em que uns se reconheceriam, e outros projetariam o que ainda não eram, numa possível e desejada realidade (HAMBURGUER, 1998):

Ela oferece para o público amplo do horário nobre a visão do cotidiano de uma certa classe média alta, urbana, moderna, glamourosa e idealizada, tal como vista de fora por um estranho ou excluído. É aquilo que é uma construção relativamente arbitrária, um reflexo caricatural dos gostos e preocupações das classes médias urbanas, ganha estatuto de realidade; se torna referencial para escolha de móveis, para o balizamento de opiniões, para o exercício do direito de julgamento (HAMBURGUER, 1998: 484).

Hamburguer (2001) explica o desprezo acadêmico pela telenovela por possuírem um formato mais suscetível à lógica capitalista; pelo descontrole do autor sobre a obra, que se prolonga ou encurta de acordo com interesses comerciais ligados à

audiência e aos anúncios publicitários; por carregarem valores morais maniqueístas e encarnarem atributos típicos da cultura de massa.

Wolton (2007:44) menciona uma resistência acadêmica, ou uma “preguiça de análise” em considerar a TV como objeto de estudo, e aponta dois conjuntos de causas para ela: o primeiro, de natureza objetiva, diz respeito à complexidade da televisão que a torna difícil de apreender. Ao mesmo tempo em que possui extrema importância cotidiana, traz uma “banalidade enganadora” que gera um “desejo de não saber”. Como a TV faz parte de nossa “maneira de viver”, o pesquisador teria dificuldade para exercer distanciamento para analisá-la. O segundo conjunto de causas, que ele chama de subjetivas, se refere ao modo como o mundo acadêmico primeiramente falou sobre televisão, na década de 50, e que perdurou por três décadas, caracterizado como o que o autor chamou de “conformismo crítico” – um apriorismo político que só permitia destacar o papel nefasto da televisão, seus malefícios e perigos.

Para Moreira (2001:50), o intelectual percebe a TV como “um meio de massas, pouco nobre, ignorante, bastardo e a serviço do poder”. Ou seja, o que está em questão é a legitimidade da telenovela como objeto científico:

Um dos maiores desafios das pesquisas sobre telenovela corresponde ao confronto com os critérios que legitimam e consagram os objetos dentro do campo cultural e do debate acadêmico. Tais critérios concebiam – e ainda concebem – as narrativas ficcionais televisivas apenas como produtos industriais, simples entretenimento, exteriores à produção artística e às tradições e distantes da esfera dos bens culturais. As críticas negativas foram veementes, até que a telenovela se incorporasse ao rol dos objetos de reflexão ou fosse considerada parte constitutiva do campo cultural brasileiro e latino-americano (BORELLI, 2001: 2).

Por sua vez, o estabelecimento destes critérios se apoia na vinculação entre culto e erudito, por oposição a inculto e popular, e gera dificuldade de legitimação até entre os próprios profissionais da área, onde circula a idéia de que o trabalho em TV é um trabalho menor (BORELLI, 2001).

Martín-Barbero (2003) tem uma importante contribuição neste sentido, enfatizando os estudos dos meios e mediações, considerando o caráter dinâmico e interativo do processo, e as relações entre oralidade e visualidade. O autor aponta o papel do que chama de novas “ritualidades”, experienciadas a partir das relações com os meios na contemporaneidade urbana (especialmente os meios de comunicação), com exercícios do olhar e do ler que propiciam novas configurações do simbólico. Para ele, os estudos precisam repensar o papel da comunicação e da tecnologia na configuração de novos modelos de sociedade, com toda a sua complexidade, considerando o sentido dos meios e as mediações que são produzidas através deles.

Dois autores merecem ser mencionados como emblemáticos de posições antagônicas sobre a TV: Bourdieu e Wolton. Embora ambos partilhem a crença na importância contemporânea da televisão aberta numa sociedade que tem poucas oportunidades de vivenciar coletivamente experiências, e também acreditem no seu potencial para fazer circular informações de forma democrática, suas visões são bastante diferentes sobre o estado atual do alcance da TV.

Bourdieu, no clássico “Sobre a televisão”, esforça-se, de forma polêmica, por “armar” uma resistência aos que tentam transformar o potencial “extraordinário” de democracia direta da televisão num “instrumento de opressão simbólica” (1997:13). Embora sua análise privilegie o campo jornalístico, o próprio título do livro generaliza suas conclusões de que a televisão, que na luta pela audiência e corrompida pelos interesses do mercado, se ocupa de coisas fúteis, que na verdade se tornam importantes por esconderem coisas preciosas. Isto se dá através do uso do tempo (o tempo é valioso, mas ao mesmo tempo usado com banalidades), na escolha das pautas

e no enfoque dado a elas, na postura dos enunciadores, sejam profissionais da TV ou convidados. Isto porque o conteúdo do discurso televisivo deve interessar a todos, sem chocar, polemizar, dividir. Entretanto, se este conteúdo fosse banal não atrairia interesse, o que leva à busca do sensacionalismo, um convite constante à dramatização e ao exagero, que gera distorções da realidade, ou o que Bourdieu chama de “extraordinário ordinário”. Para o autor, esta postura da TV se constitui uma violência simbólica, consentida e inconsciente, às vezes por ambas as partes.

O sociólogo francês Wolton (2006), ao contrário de Bourdieu, tem uma visão otimista sobre os telespectadores e sobre o conteúdo produzido, em muitos casos. Wolton considera que a despeito das tentativas de utilização da televisão para manipular os cidadãos, o público não é passivo, e é dotado de inteligência, que lhe permite filtrar as imagens em função de sua cultura, valores e conhecimentos. Ele considera que a TV é um dos meios que permitiram uma emancipação cultural, seja por prescindir da leitura, seja pelo acesso a diferentes conteúdos de culturas distantes.

Devido ao seu próprio status: acessível a todos, gratuita, com possibilidade de oferecer mensagens de todas as naturezas, abertura para o mundo através das informações, dos documentários e dos filmes, ela é considerada por muitos, de direita e de esquerda, pelos liberais, pelos progressistas e por certos conservadores, como um instrumento de emancipação (WOLTON, 2006: 5).

Esta ideia o levou a escrever, após 12 anos de pesquisa na área, o livro *Elogio do grande público*, onde compara os modelos europeus, americanos e latino americanos, mais especialmente no Brasil. Wolton considera o Brasil um caso exemplar, no qual “a televisão privada, grande, dominante, conseguiu, no geral, atingir o papel de laço social proporcionado pelas televisões públicas na Europa!” (WOLTON, 2006: 5). Para

este autor, é fundamental pensar no papel da televisão na democracia de massa, os impactos da fragmentação da mídia com o advento das novas tecnologias e a responsabilidade dos produtores de conteúdo.

Martín-Barbero (2004) assinala que a telenovela faz parte de um conjunto de transformações envolvendo a tecnologia e a percepção, que permitiu que o segmento popular urbano não abandonasse sua cultura oral, sem deixar de se inserir na modernidade.

2.2.2 O popular resgatado pelos Estudos Culturais

O recente interesse pelo estudo das telenovelas pode ser visto como sintoma de uma nova visão sobre o popular, e o que era até então considerado como “baixa cultura”. Algumas questões devem ser abordadas para esta discussão, como a tradição oral que reveste a telenovela, em contraponto à escrita, e a presença do elemento melodramático. Estas questões na verdade refletem uma discussão mais ampla sobre o desigual acesso das elites e do povo aos bens culturais, assim como os diferentes usos que fazem deles.

Não apenas a telenovela, como a própria televisão, de modo geral, foi ignorada como um objeto de estudo sério.

[...] durante muito tempo, o mundo acadêmico não refletiu o suficiente sobre a televisão, como se ela não fosse um objeto de conhecimento "nobre"! Muitos consideravam que tudo era simples: não havia nada a se esperar da televisão! Na realidade, a elite cultural e intelectual não se interessava muito pela televisão porque tinha outros instrumentos culturais à sua disposição! Esse, porém, não é o caso de milhões de pessoas para quem ela é, ao contrário, o principal

instrumento de informação, de cultura e de distração (WOLTON, 2006:6).

Segundo Martín-Barbero (2003: 102) a redescoberta do popular é a melhor expressão da crise teórica nos estudos históricos, culturais e comunicacionais. Ela sinaliza um descentramento do conceito de cultura e um “redesenho global das relações cultura-povo e povo/classes sociais”.

Esta mudança foi particularmente significativa nos estudos da comunicação. Até a década de 80, quando o foco mudou para a recepção, os estudos se detinham sobre o conteúdo político ideológico ou sobre questões institucionais. Hoje, especialmente na América Latina, onde o quadro teórico e metodológico se ampliou, considera-se a recepção não mais como um polo do processo de comunicação, mas como uma perspectiva de análise, na qual também se incluem a produção, o meio, o texto, que vai muito além do que é exibido: “A novela é tão vista como falada e seus significados são o produto tanto da narrativa audiovisual, produzida pela televisão, quanto da interminável narrativa oral produzida pelas pessoas” (LOPES, 2003: 30).

Cabe aqui situar o principal movimento que protagonizou um novo olhar sobre a cultura, compreendendo-a como um campo de produção de significados, engendrando relações de poder, significação e identidade: os Estudos Culturais. É um movimento que não distingue cultura inferior e superior, valorizando formatos como cinema, televisão, música popular, reconhecendo a importância da cultura da mídia na implicação dos processos de dominação e resistência.

Segundo Escosteguy (2010), para os Estudos Culturais o popular “é mais uma problemática do que um objeto empírico delimitado que pode ser recortado da realidade com precisão”. Assim, não se preocupam com o produto popular cultural em si, mas com as relações de poder que o envolvem.

De uma forma geral, [...] a noção de popular a partir do olhar dos estudos culturais não se refere diretamente às mercadorias produzidas pelas indústrias culturais, muito menos refere-se às tradições folclóricas. Ao invés, o popular refere-se a uma visão específica da relação entre povo e poder, a uma visão de onde e como o poder está localizado na vida das pessoas (ESCOSTESGUY, 2010, 118).

O estudo da cultura popular é uma temática central no projeto dos Estudos Culturais, e revela uma escolha política. Pensando no popular sob a ótica do poder, as discussões sobre a construção intelectual do objeto de estudo “cultura popular” permitiram repensar o popular apenas como característico de uma classe fixa, e incluir outras bases de enfrentamento, como classe, gênero e raça (ESCOSTESGUY, 2010).

A Escola de Frankfurt, na Alemanha, foi considerada o primeiro modelo de estudo cultural, entre as décadas de 30 e 50. Na verdade, tal denominação foi o modo informal como se chamou o conjunto de pensadores ligados ao Instituto de Pesquisa Social, que cunhou a expressão “indústria cultural”. De orientação marxista, estes pensadores concentraram-se na crítica à comunicação e à cultura de massa (KELLNER, 2001).

Mas foi na Inglaterra, em meados da década de 50, que os Estudos Culturais de fato se propagaram de forma organizada, fundamentados por três obras: *The uses of literacy* (1957), de Richard Hoggart, *Culture and Society* (1958), de Raymond Williams e *The making of the English working-class* (1963) de E.P. Thompson. Foi um momento marcado por uma crise de identidade nacional inglesa, com o colapso do império britânico, o final da Segunda Guerra Mundial e a invasão cultural americana (ESCOSTESGUY, 2010). Estas obras, segundo Hall (2003), são marcos de rupturas significativas com as tradições da forma de se pensar a cultura até então, colocando os

estudos sobre a cultura como uma dimensão essencial para se pensar as transformações históricas:

Concentradas na palavra cultura, existem questões diretamente propostas pelas grandes mudanças históricas que as modificações na indústria, na democracia e nas classes sociais representam de maneira própria e às quais a arte responde também, de forma semelhante (HALL, 2003:133).

Os Estudos Culturais foram instituídos pelo *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies* [CCCS], constituindo-se num centro de pesquisa de pós-graduação da Universidade de Birmingham, e dirigido durante algum tempo por Stuart Hall. Seu foco era “as relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições e práticas culturais, assim como suas relações com a sociedade e as mudanças sociais” (ESCOSTESGUY, 2010:27).

Os Estudos Culturais foram marcados por algumas rupturas, entre as quais Hall cita as questões de raças e o feminismo. Segundo confissões de Hall (2003:209), a própria forma como o Feminismo chegou aos Estudos Culturais, “arrombando a janela”, propiciou uma rica experiência aos intelectuais do centro, na sua maioria homens, da dificuldade de abrir mão do poder, e descobrir a “natureza sexuada do poder”: “Sabe-se que aconteceu, mas não se sabe quando nem onde se deu o primeiro arrombamento do feminismo [...] chegou como um ladrão à noite, invadiu, interrompeu, fez um barulho inconveniente, aproveitou o momento, cagou [sic] na mesa dos estudos culturais”.

O feminismo trouxe várias contribuições para os Estudos Culturais, interferindo na sua constituição. Ele revolucionou a teoria e a prática da definição do objeto de estudo, na medida em que propõe a temática pessoal como política. A noção de poder

foi radicalmente expandida do domínio público para o privado, relacionando-se com questões de gênero e sexualidade. Segundo Hall (2003:80), “Com o pós-feminismo, podemos compreender melhor como o contrato sexual sustenta o contrato social”, e a partir de então, “em toda parte, o "pessoal" tornou-se "político"”. O feminismo ainda abriu as fronteiras para se incluir o subjetivo, o sujeito e o inconsciente como prática teórica dos Estudos Culturais.

Outro progresso teórico elencado por Hall (2003) é a introdução da importância da linguagem e da metáfora lingüística para o estudo da cultura, trazendo questões como textualidade e poder cultural, a representação como local de poder e regulamentação, o simbólico como fonte de identidade, textualidade como local de representação e resistência, entre outros.

Embora tenha abraçado o Feminismo, várias feministas, como Ann Gray, Sheila Rowbotham e Sue Thornham denunciam a dificuldade de inserir plenamente as lutas e reflexões feministas de forma adequada nos Estudos Culturais. Esta última crítica, inclusive, a forma com que Hall descreve a entrada do feminismo nos Estudos Culturais. Este conflito, vivenciado no *Birmingham Centre*, foi responsável pela saída de Hall da instituição (ESCOSTEGUY, 2008).

Kellner (2001) destaca que a cultura contemporânea está dominada pela mídia, que exerce certa pedagogia cultural, uma vez que é um espaço de disputa por grupos sociais, econômicos e políticos. Por meio de imagens, celebridades, discursos, prazeres, consumos, entretenimento e espetáculo, se influenciam identidades sociais e individuais. Por isto, o estudo cultural crítico da mídia deve estar atento às relações de dominação, opressão e resistência, comprometendo-se com um projeto democrático. A preocupação com o consumo midiático acentua-se no CCCS a partir da divulgação do texto *Encoding and decoding in the television discourse*, de Stuart Hall, publicado em 1973. Os primeiros trabalhos investigando a imagem das mulheres na mídia

encontraram as representações preponderantes como objeto sexual, mãe e dona-de-casa (ESCOSTESGUY, 2010).

Trazendo a marca de uma Nova Esquerda, ou New Left (caracterizada pela chegada da primeira geração de pensadores oriundos da classe operária inglesa à cena intelectual), os *Cultural Studies* foram fortemente influenciados por tensões e questões caras às problemáticas do projeto político marxista, como poder, classe social, exploração, economia, a consciência crítica como prática, entre outros. Estas questões foram relacionadas a outras, que eram o objeto de estudo privilegiado dos Estudos Culturais: a cultura, a ideologia, a linguagem e o simbólico (HALL, 2003). De modo geral, as abordagens dos estudos culturais combinam “teoria social, análise cultural, história, filosofia e intervenções políticas específicas”, num formato interdisciplinar, considerando o produto cultural em seu contexto (KELLNER, 2001).

Diante destas influências, pode-se compreender por que os estudos culturais críticos são contrários às formas de cultura que fomentam a subordinação (KELLNER, 2001). O desejo de mudança e justiça não se oferece neste caso como um objetivo, mas como estímulo para o verdadeiro intento dos Estudos Culturais: “indagar sob que condições (reais) o real pode deixar de ser a repetição da desigualdade e da discriminação, para converter-se em palco de reconhecimento dos outros.” (HALL, 2001:28). Desloca-se a ênfase da identidade para uma política de reconhecimento, que implica alteridade.

O debate sobre o popular nos Estudos Culturais centra-se nas reflexões do diaspórico jamaicano/britânico Stuart Hall e dos latino-americanos Nestor García Canclini e Jesús Martín-Barbero. Suas preocupações foram mudando ao longo do tempo (ESCOSTESGUY, 2010):

Ao longo do percurso que foi sendo construído em torno de tal temática, observa-se que a descoberta da cultura popular, também, se associou às idéias de nacionalidade, modernidade, formação da

identidade nacional em um contexto de industrialização e democratização. Em contraste, no debate contemporâneo, interessa destacar que os estudos dedicados às culturas populares estão estreitamente articulados à política, à direção política e cultural das sociedades (ESCOSTESGUY, 2010: 115).

Embora Néstor García Canclini e Jesús Martín-Barbero sejam os principais representantes dos estudos Culturais latino-americanos, Jacks (1994) destaca algumas outras correntes:

CORRENTE	AUTORIA
Consumo Cultural	Néstor García Canclini
Uso Social dos Meios	Jesús Martín-Barbero
Frentes Culturais	Coordenada por Jorge González no Programa de Estudios sobre las Culturas Contemporaneas (Colima/México)
Recepção Ativa	Desenvolvida no Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA/Chile) sob a coordenação de Valério Fuenzalida e Maria Elena Hermosilla
Enfoque Integral da Audiência	Proposta teórico-metodológica de Guillermo Orozco, desenvolvida no Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales (Universidad Iberoamericana, México)

Quadro 1 – Correntes latino-americanas dos Estudos Culturais

FONTE: Quadro elaborado a partir de Jacks, 1994

As vertentes latino-americanas dos Estudos Culturais são identificadas com esta denominação apenas a partir dos anos 90 e foram influenciadas pelos estudos britânicos (ESCOSTESGUY, 2010). Entretanto, Canclini (2001) irá diferenciar os *Cultural Studies* anglo-saxões dos estudos culturais latino-americanos pelo caráter empírico dos últimos, onde se discute os problemas em contextos específicos.

Os estudos mais recentes de Canclini consideram que uma das mudanças socioculturais que está em curso é a redefinição do senso de pertencimento e identidade, que passa a se organizar em torno de comunidades transnacionais e desterritorializadas de consumidores, especialmente de produtos da indústria cultural. A inter e a multiculturalidade estão se formando, sobretudo, através de alianças entre empresas de comunicação, estabelecendo uma disputa pelo espaço audiovisual entre EUA, Europa e América Latina. Neste sentido, não seria produtivo estudar o mundo a partir de identidades parciais, mas a partir de interseções, procurando regiões de tensões, encontros, conflitos e negociações (CANCLINI, 2001).

Além disto, Canclini (2001) destaca também o fato de que a heterogeneidade cultural na América Latina é entendida como elemento da Nação, enquanto nos EUA, é vista como separatismo, estabelecendo relações diferentes com os movimentos globalizadores e o modo de conceber a multiculturalidade.

Já Lopes, Borelli e Rezende (2002) apontam como contribuição distintiva da teoria latino-americana, a teoria das mediações e sua compreensão cultural e política da recepção, que busca não apenas a significação psicológica e cotidiana, mas a rede de poder que a engendra.

Escosteguy (2010: 37) também localiza como característica dos estudos culturais latino americanos, a preocupação política. Ressalta sua ligação com as ciências sociais, como “parte da problemática do poder e hegemonia”, destacando-se como uma “vertente singular de estudos culturais com forte atenção na base social dos processos culturais”. Deste modo, destaca quatro grandes tendências de pesquisas:

Num sintético balanço da pesquisa em comunicação na América Latina, quatro grandes áreas de análise surgem como marcantes: Influência da política econômica internacional no desenvolvimento cultural dependente; Políticas dos meios de comunicação e,

sobretudo, a democratização da comunicação; Comunicação popular/alternativa como base da democratização da comunicação; Papel dos meios massivos na transformação das culturas nacionais. As três primeiras são marcantes de um período mais ou menos definido entre 1970 e início dos 80. A quarta problemática passa a ser mais desenvolvida a partir de meados dos 80 (ESCOSTESGUY, 2010: 52).

Esta particularidade pode ser explicada pelo contexto político dos governos militares, que gerou uma tardia articulação da sociedade civil na luta contra repressão, discriminação, e pelo direito de participação e organização.

Uma outra vertente que destacou-se, nos países colonizados foram os Estudos Culturais Pós-coloniais, que analisam os efeitos deixados pelo colonialismo nos países colonizados. Tais estudos questionam os modelos hegemônicos de análise e produção cultural e trazem à discussão termos como diferença, diáspora, identidade nacional, subalternidade, resistência, hibridização, periferia, fronteiras, entre outros, do ponto de vista da voz antes silenciada dos colonizados. Considera-se que Edward Said, com seu livro *Orientalismo, Representações ocidentais do Oriente* (1978) sejam fundador desta corrente crítica. Mas a precedência de textos relevantes para a conscientização anticolonialista e construção de um discurso da diferença, como o de Frantz Omar Fanon, *Pele Negra, Máscaras Brancas* (1958), indicam a pluralidade e difícil delimitação desta corrente. Enquadram-se aqui os estudos subalternos indianos realizados por nomes como Homi K. Bhabha, Dipesh Chabrabarty, Gayatri Chakravorty Spivak, e os latino-americanos realizados por Enrique Dussel, Aníbal Quijano, Walter Mignolo, Boaventura Santos e Escobar.

2.3 TELENOVELA COMO NARRATIVA DO COTIDIANO BRASILEIRO

A narrativa feita pela telenovela é entendida por autores como Lopes (2003) como uma narrativa da nação e, mais especificamente, uma narrativa feminina.

Portanto, para os objetivos deste trabalho, pesquisar o reconhecimento feminino através das protagonistas das telenovelas brasileiras pressupõe que ali esteja uma forma de discurso partilhado, especialmente pelas mulheres.

A telenovela está no cotidiano e o cotidiano está na telenovela. A telenovela brasileira possui um eixo a partir do qual se vão incluindo os acontecimentos e temas cotidianos. Ou seja, a telenovela brasileira é pautada pela realidade enquanto esta acontece. E pode sofrer alterações com as pesquisas de análise de audiência, grupos de discussões sobre conteúdo, preferências do público e percepção – por parte dos profissionais da produção – dos elementos que possibilitam a manutenção do interesse pela telenovela.

Os meios de comunicação exercem um papel fundamental para conectar as pessoas, contar histórias que orientam estilos de vida, fazer circular significantes simbólicos e até fomentar a identidade nacional (MARTÍN-BARBERO, 2003). Isto porque a mídia opera "dentro do campo da construção social do sentido, isto é, os significados não estão inscritos nas suas próprias origens mas nas relações e nas estruturas sociais", ou seja, atuam dentro das relações de poder, através do método discursivo (ESCOSTESGUY, 2010: 67). A televisão tem um papel especial neste sentido, por sua presença cotidiana e sua acessibilidade, se constituindo num dos meios mais utilizados pelo grande público.

Lipovetsky considera que, embora a TV decepcione sistematicamente, numa "microdecepção contínua" isto não impede de assisti-la, mesmo que com enfado (LIPOVETSKY, 2007:32). Wolton (2006) entende que isto ocorre porque a frustração e a decepção são constituintes da relação do espectador com a televisão, gerando interação - desligar, zapear. Dados de pesquisa⁹ mostram que o consumo de TV permanece estável nos últimos anos e o Brasil figura em terceiro lugar entre os países

⁹ Pesquisa independente feita com 9.000 consumidores de 16 países.

que mais assistem TV, com uma média de 20 horas semanais. As novas tecnologias, que a princípio se imaginou que seriam fortes concorrentes, na verdade tem incrementado o modo de ver TV, pois permitem que os consumidores possam ter seu conteúdo em qualquer tempo e lugar, além de conectar as pessoas em comunidades que assistem aos programas (MOTOROLA MOBILITY, INC., 2011).

Wolton enfatiza a dimensão social da televisão, uma vez que grande parte da população utiliza a televisão como principal meio de perceber o mundo, e relaciona alguns fatores para que isto ocorra. O autor aponta a liberdade e igualdade de seu uso, uma vez que a imagem é mais acessível que a escrita, no sentido de não haver uma interpretação obrigatória, pois que o acesso ao sentido pode se dar por intermédio do imaginário, da interação com suas próprias experiências. Além disto, a imagem é sempre subordinada a um contexto, que promove identificação e representação na apropriação individual e social de seu conteúdo. Outro fator é que a grade de programação da televisão exerce uma função de estruturação, de ritualização, funcionando como um “relógio imutável da vida cotidiana” (WOLTON,2006:69).

Para Wolton (2006), a televisão se caracteriza por uma tensão, pois o indivíduo é convidado a participar de forma privada, de uma produção e difusão coletivas, o que gera uma aliança entre o indivíduo e sua comunidade. Assim, além de sua dimensão técnica, representada pela imagem, a TV também possui uma dimensão social, ao aproximar indivíduos isolados e solitários através das conversas que gera, ou, como o autor chama, ao gerar “laço social”. Por isto, além da importância política já reconhecida da televisão, Wolton ressalta sua importância social, por ser a única atividade capaz de religar igualitária e democraticamente públicos heterogêneos, e amortecer os impactos negativos de uma sociedade individualista. Segundo Wolton, a televisão brasileira é um excelente exemplo destes benefícios.

Além disto, para Wolton, o fato de assistir programas de outras culturas, reais ou ficcionais, pode promover uma reidentificação com a própria cultura, podendo, por

isto, ser considerado como um exercício de alteridade. A televisão (até mesmo as notícias) são sempre nacionais, no sentido de que serão interpretadas, recodificadas no contexto em que são exibidas.

Bucci (2000) também ressalta que, no Brasil, a televisão ocupa um papel especial neste sentido, pois “redefiniu o espaço público e reconfigurou a própria face da nacionalidade”, a ponto de que “talvez não haja mais a possibilidade de pensar o Brasil sem pensar a TV.” (BUCCI, 2000:8). Ainda que seja de forma distorcida, pois é “um sudeste branco falando para o Brasil, em nome do Brasil, como se fosse todo o Brasil” (PRIOLLI, 2000:16)¹⁰ a TV ajudou a difundir uma certa ideia de Brasil, um sentimento de nacionalidade e de modernidade, sendo este último ligado aos ideais de consumo, segundo Almeida (2001).

Para Anderson (1993), a nacionalidade, ou a condição nacional, ou ainda o nacionalismo são produtos culturais, que devem ser entendidos considerando-se suas origens históricas, a transformação de seus significados ao longo do tempo e a permanência e atualidade de sua profunda legitimidade emocional. A nação seria uma comunidade política imaginada, distinguindo-se as comunidades pelo estilo como são imaginadas. Vários expedientes seriam usados para possibilitar este senso construído imagetivamente de um partilhamento; de certa “camaradagem horizontal” entre seus membros que independe das desigualdades e diferenças (ANDERSON, 1993: 34); da certeza da atividade “constante, anônima e simultânea” de seus compatriotas desconhecidos (ANDERSON, 1993: 57). Entre eles, o autor cita a vivência de representação espaço temporal propiciada pela leitura de jornais e romances, que ajudariam a imaginar a noção de simultaneidade, continuidade, partilhamento, vínculos invisíveis.

¹⁰ Para evitar que o imaginário brasileiro seja determinado pela perspectiva paulista e carioca, Priolli defende que se criem mecanismos legais de regulação com ações como obrigatoriedade de veiculação de conteúdos locais, regionais e independentes nas grandes redes, e se controle a veiculação dos conteúdos estrangeiros.

Bhabha (1998) discute a dificuldade de apreender a idéia de nação na modernidade apenas com o discurso histórico, sem expressar o advento do cotidiano. Neste sentido, coloca as narrativas literárias como saída:

[...] em nenhum outro lugar essa máxima fundadora da sociedade política da nação moderna – sua expressão espacial de um povo unitário - encontrou uma imagem mais intrigante de si mesma do que nas linguagens diversas da crítica literária, que buscam retratar a enorme força da ideia da nação nas exposições de sua vida cotidiana, nos detalhes reveladores que emergem como metáforas da vida nacional (BHABHA, 1998:203)

Analogamente, se pode acreditar que a telenovela, com seu caráter romanceado e ao mesmo tempo cotidiano (pois é coproduzida com os receptores, e traz temas e tempos coincidentes com os vividos pelos receptores), exerça a mesma função possibilitada pelos jornais e romances no Brasil.

[...] a telenovela, como um dos programas mais importantes do Brasil – tanto pelo seu domínio no horário nobre das emissoras, sua grande capacidade comercial de gerar lucro às emissoras e de promover uma série de produtos, como pela presença constante na vida cotidiana dos brasileiros de todas as camadas sociais, fazendo parte das conversas e de um conjunto de referências nacionais (ALMEIDA, 2001; 15)

Lopes (2003: 1) considera que a telenovela se incorporou de tal forma à cultura do Brasil, que se destaca como “agente central no debate sobre a cultura brasileira e a identidade do país”, podendo ser considerada como uma narrativa sobre a nação:

A novela se tornou uma forma de narrativa sobre a nação e um modo de participar dessa nação imaginada. Os telespectadores se sentem participantes das novelas e mobilizam informações que circulam em torno deles no seu cotidiano (LOPES, 2003: 30).

Também para Hall (2001: 50), a narrativa da nação é feita através de literaturas e da cultura popular, e se constitui num dos aspectos que embasam a cultura nacional: “é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto as nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos”. A narrativa sobre a nação fornece uma série de histórias, imagens, símbolos e rituais nacionais que representam as experiências partilhadas que fornecem significado à nação como uma comunidade simbólica – ou uma “comunidade imaginada”¹¹. “Ela dá significado e importância à nossa monótona existência, conectando nossas vidas cotidianas com um destino nacional que preexiste em nós”.

Martín-Barbero, em seu estudo sobre o melodrama televisivo na América Latina, relaciona-o com memória popular, imaginário e cultura de massa:

Na realidade, Martín-Barbero procura construir uma história da constituição do cultural. A história do melodrama na América Latina, projeto levado adiante por ele, exemplifica tal procedimento. O melodrama é, ao mesmo tempo, forma de recuperação da memória popular pelo imaginário, fabricado pela indústria cultural, e indicador da presença do popular na constituição do massivo (ESCOSTESGUY, 2010:137)

Assim, a telenovela pode ser considerada uma arena privilegiada de construção de valores e padrões comportamentais compartilhados, seja como proponente ou

¹¹ Termo cunhado por Benedict Anderson para a emergência dos estados Nacionais europeus no século XIX, pautado na consolidação de um sentimento de pertencimento a uma comunidade imaginada associado à imprensa e do uso das línguas nacionais. (LOPES, 2003).

reprodutora de conteúdos. Entende-se aqui que o espectador não seja passivo, e nem consuma o conteúdo da TV de forma única e homogênea. Heloísa Buarque de Almeida (2001) realizou importante estudo etnográfico em que acompanhou várias famílias ao longo da duração de toda uma novela, não só no horário da sua audiência, mas na repercussão cotidiana, e demonstra como os conteúdos são apropriados de formas diferentes em função de fatores diversos, como história de vida, idade, estado civil ou sexo.

Entretanto, estudos de recepção realizados por Hamburger (2005) e Almeida (2001) chegam a conclusões próximas sobre esta apropriação em pelo menos dois aspectos: primeiro, que as tramas que mais mobilizam são aquelas que se conectam aos conflitos domésticos dos telespectadores; e segundo que, independente de concordar ou discordar das atitudes, motivações e ações dos personagens, a trama provoca um posicionamento, gera uma referência para pensar seus próprios conflitos. Um comentário sobre a novela acabava gerando um comentário sobre a própria vida, ou de conhecidos.

É como se a novela realizasse uma mediação entre dramas do conhecimento geral e dramas privados. Ao percorrer esse trajeto, os telespectadores revelam suas representações sobre papéis sociais, como gênero e estrutura familiar (HAMBURGER, 2000: 42)

Para Martín-Barbero (2004), embora o consumo internacional da telenovela acabe fazendo-a se “prostituir” [sic], disfarçando suas marcas de identidade, a mobilidade da novela pode ser explicada a partir de significados compartilhados.

Os números de audiência tornam indiscutível que a telenovela é o gênero que domina a programação televisiva no continente latino-americano. Por outro lado, também é grande o número de países que as reproduzem. Costa (2000) irá se dedicar a investigar se, de fato, o gosto pelo melodrama característico das telenovelas é

próprio de latino-americanos. Demonstrando que a telenovela fascina indistintamente países de continentes diferentes, como Ásia, Europa e Oriente Médio, a autora conclui que o gênero segue padrões retóricos universais (transnacionais e transculturais), homogêneos, com a forma produtiva do medium dos produtos da indústria cultural.

Justamente por isso, pode-se considerar este gênero como um produto transnacional, uma vez que ele superou seus mercados locais e é consumido atualmente por um mercado marcadamente global, em que empresas de diferentes nacionalidades se unem na realização de projetos comuns (COSTA, 2000:46) .

Costa acredita que no mundo globalizado e regido pelo consumo, as telenovelas preparam o ingresso das massas subalternas na sociedade de consumo – onde quer que elas estejam, pois “os sonhos de felicidade são praticamente os mesmos” (COSTA, 2000:56). Numa lógica consumista, as novelas seriam uma das “máquinas imaginativas da cultura de massa”, propiciando um escapismo paliativo, necessário quando o consumo não está ao alcance. Segundo Almeida (2002), como o consumo familiar é relacionado ao feminino, as novelas investem ainda mais neste público.

Entretanto, embora Costa considere que a telenovela é marcada por uma dialética nacionalização – massmediação, a ênfase neste último aspecto parece simplista, diante dos números. Como a própria autora aponta, além de ocupar grande parte da programação, a telenovela é o produto cultural mais exportável da América Latina, sendo especialmente notável o desempenho de países como Brasil e México na exportação destes bens culturais¹².

¹² Atualmente, a novela brasileira mais vista no exterior é *Da Cor do Pecado* (2004) de João Manuel Carneiro, que foi ou está sendo exibida em 100 países, seguida de *Terra Nostra* (95 países) e *O Clone* (90 países).

Segundo Martín-Barbero, as ritualidades fazem variar o uso social do meio, e produzem, além da significação, um sentido que depende do cenário de interação. Assim, embora vários países consumam o mesmo produto – a telenovela – podemos supor que a leitura seja diferente:

[...] as ritualidades remetem às múltiplas trajetórias de leitura ligadas às condições sociais do gosto, marcadas por níveis e qualidades de educação, por posses e saberes constituídos na memória étnica, de classe ou de gênero, e por hábitos familiares de convivência com a cultura letrada, oral ou audiovisual, que carregam a experiência do ler sobre o ver e vice-versa (MARTÍN-BARBERO, 2003: 20).

Lopes (2003:29) tem uma visão bastante positiva sobre o papel das telenovelas, e da comunidade que está sendo aí narrada, localizando-a como “uma linha de força na construção de uma sociedade multicultural no Brasil”. A autora cita diferentes temas de interesse público, tratados (ainda que na esfera privada) em várias novelas, caminhando cada vez mais para o incentivo à tolerância e respeito às minorias. Tal fato é mais visível com as chamadas “novelas de intervenção”, a partir da década de 90 (HAMBURGER, 2005).

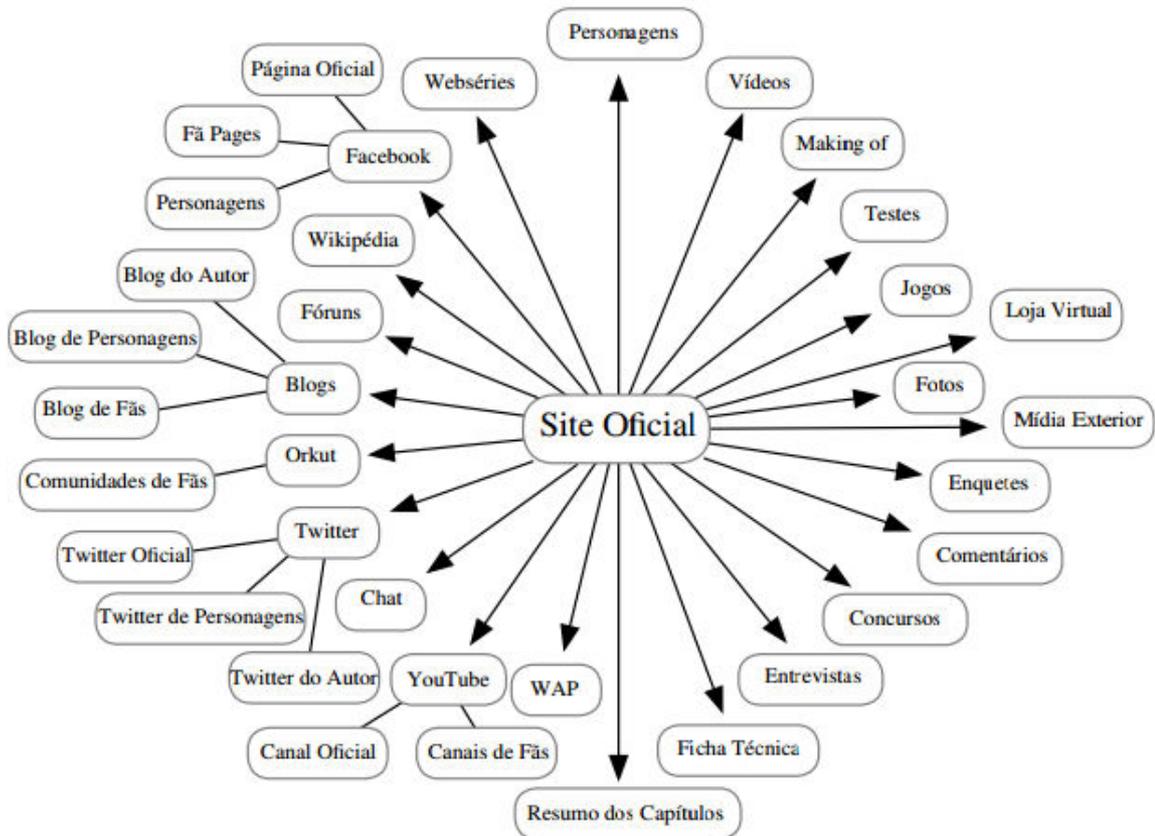
Neste sentido, fala-se que a telenovela é capaz de produzir agendas de discussão para públicos heterogêneos, sobre diferentes temas – o chamado efeito *agenda setting*, mas sempre na ótica das relações privadas. Nas telenovelas, os assuntos familiares são colocados à discussão pública, e os temas públicos são colocados apenas enquanto questões do mundo privado - “a esfera pública é colonizada pela esfera privada” (ANDRADE, 2003:63), sob pena de perda de audiência, que pode reclamar do “excesso de realidade”. As questões de poder, injustiça, desigualdade, economia, política, via de regra aparecem apenas em segundo plano, sob a ótica dos conflitos relacionais. O engajamento emocional é produzido pela vivência de sofrimentos e

injustiças pessoais, que tragicamente tornam precária a ideia de felicidade. O drama do reconhecimento como justiça reparativa é uma constante, mas novamente do ponto de vista privado (MARTÍN-BARBERO, 2004). Hamburger (2005: 74) ressalta ainda que as novelas “captam e expressam a dinâmica cotidiana de luta por inclusão social”, cujos códigos e ideais performáticos são compartilhados por telespectadores de diferentes classes sociais.

As novas tecnologias tem colaborado para que o público interaja não apenas entre si, e com os produtores. O relatório OBITEL 2012 (referência 2011) destaca a crescente interatividade e engajamento, sejam espontâneos ou provocados pelos profissionais. Os produtores tem investido para “incorporar em seu relacionamento com a audiência as práticas dos fãs na internet e nas redes sociais, não apenas como estratégias de marketing e divulgação de conteúdos ficcionais, mas também como forma de conseguir engajamento” (OBITEL, 2012:58).

Na figura abaixo, pode-se visualizar as tentativas de convergência utilizando as diversas mídias sociais. Considerando-se que 85% dos internautas brasileiros acessam as redes sociais pode-se ter uma ideia do provável sucesso da estratégia.

Figura 1: Resumo da oferta transmidiática dos top ten em 2011



Fonte: OBITEL, 2012:60

A figura ressalta a ideia de que as conversas sobre a novela talvez sejam mais volumosas que a própria novela, e ilustra o potencial da telenovela para gerar envolvimento, o prazer do compartilhamento e da interação, ou o que os profissionais de comunicação estão chamando de “engajamento”. O relatório destaca ainda a oferta de serviços para celular, como conteúdos ficcionais, enquetes, resumos.

A telenovela funciona como um ritual, compartilhado cotidianamente por grande parte do país, produzindo representações e referenciais que atualizam constantemente o conceito de nação e fomentam uma identidade nacional. Isto é produzido através da exploração do engajamento emocional provocado por temas contemporâneos e pela veiculação da possibilidade de integração social através do consumo (LOPES, 2003).

Pode-se inferir a partir de Hamburger (2005: 84) que as telenovelas se transformaram “no mais popular espaço de interpretação e reinterpretação da nacionalidade” especialmente nas décadas de 70 e 80, quando veicularam a ideia de que o Brasil seria o “país do futuro” (não raro associado ao consumo), ao contrapor o rural e o urbano nas tramas; ao ilustrar quase pedagogicamente o que seriam atitudes de sucesso; ao diferenciar classes econômicas pela posse de bens e estilo de vida; ao divulgar avanços tecnológicos como o telefone; ao polemizar para todo o país comportamentos tipos como modernos e liberais, provavelmente mais comuns nas metrópoles. Na década de 80, especialmente, as referências ao imaginário nacional se tornaram explícitas, seja nas vinhetas de abertura, na trilha sonora (Vale Tudo teve sua cena final ao som de “Brasil, mostra a tua cara”), nas cores, nos símbolos, na temática (corrupção política marcou Vale Tudo e Roque Santeiro). Duas novelas continham a referência no próprio título – O Salvador da Pátria e Pátria Minha.

2.4 UM ESPAÇO TIPICAMENTE FEMININO

Há praticamente um consenso que a telenovela é um espaço feminino, ainda que veicule temas ditos masculinos. Por este motivo, as pesquisas de mercado e de recepção de novelas tem descuidado do público masculino. Mas, como lembra Hamburger (2005:79), as novelas “são assistidas por todos, não pertencem a ninguém”, ou, em outras palavras, quem assiste é sempre “o outro”. A afirmativa é exemplificada pelo fato de que as mulheres de classe alta acreditam que o programa é feito para suas empregadas, e estas acham que o mundo representado na novela é o mundo das patroas.

No que diz respeito ao gênero, estudos diversos demonstram que o percentual masculino gravita em torno de 30 a 40% da audiência, o que não é desprezível. Ainda

assim, o público masculino é negligenciado pelos pesquisadores de mercado e pelos estudos de recepção (HAMBURGER, 2005).

Segundo Almeida (2002), a novela é uma narrativa tipicamente feminina, e o interesse comercial promove e reforça a ligação da telenovela com o público feminino. Isto ocorreu desde os folhetins, que foram colocados estrategicamente nos jornais para aumentar as vendas para as mulheres, apostando-se no gosto feminino por este gênero narrativo, caracterizado por “histórias de amor e de família, de conflitos amorosos e familiares, de final feliz, com beijos, casamento e, se possível, filhos” (ALMEIDA, 2002: 173). Desde então, esta associação simbólica entre as mulheres e o universo cotidiano familiar e sentimental acompanhou os formatos percorridos pela história da telenovela, qual seja, o rádio e a TV.

A construção das protagonistas é uma estratégia fundamental neste processo. As histórias são centradas em personagens femininos, que enfrentam dificuldades e mesclam características ditas modernas e feministas com outras tradicionais:

Por esse motivo, tais heroínas são mulheres que têm sua profissão, são economicamente ativas e independentes, têm vida sexual ativa e feliz, relacionam amor a prazer e realização sexual, como o tipo moderno definido pelos publicitários. Mas para não se tornarem incômodas ou ousadas demais aos setores mais conservadores da população (e a todo o interior do país, suas cidades médias e mais provincianas), que também constituem parte do mercado consumidor buscado, mantêm também coerência com valores ditos tradicionais como ser boa mãe e dedicar-se à família. (ALMEIDA, 2007:189)

O imperativo de gerar aceitação e identificação com os espectadores e a característica mediada de produção das telenovelas, torna a análise destas mulheres ficcionais uma forma de conhecer o discurso sobre as mulheres da vida real. No caso

desta pesquisa de tese, interessa saber o que é compartilhado sobre o reconhecimento feminino – quais caminhos a mulher precisa trilhar para obter reconhecimento (ou não).

Falar sobre consumo de televisão é aludir ao espaço privado de seu consumo, em contraposição ao público. Neste sentido, a novela funciona como um apelo, uma sedução para se ficar em casa. Hamburger (2007) faz um levantamento da literatura acerca da ligação entre cultura de massa, televisão e telenovela ao gênero feminino. Ela cita Mulvey¹³, para quem a expansão da TV nos EUA serviu propositadamente ao retorno das mulheres ao espaço doméstico no pós guerra; Geraghty¹⁴, para quem a narrativa seriada privilegia o mundo feminino em que os aspectos emocionais, empáticos, são formas privilegiadas para perceber e lidar com a vida; e Modleski¹⁵, para quem o ritmo repetido e lento das narrativas seriadas ecoam a natureza cíclica e fragmentada das lides domésticas.

Modleski (*apud* COSTA, 2000) investiga como os estereótipos de gênero influenciam a avaliação da cultura. A cultura popular é identificada com passividade, emoção e consumo – e com o feminino, em contraponto à cultura erudita, identificada com atividade e intelecto – e com o masculino.

O romance *Madame Bovary*, de Flaubert, publicado em 1856, sugere a alienação feminina provocada pela leitura dos romances “água com açúcar”, que gerariam frustrações pessoais, desejos por uma outra vida e ambição social – que poderiam ser aplacados com o consumo. Por este motivo, chama-se esta tendência ao escapismo de *bovarismo*, elemento presente nas telenovelas até hoje, com sua experiência de viver “o que não se é” (COSTA, 2000).

¹³ MULVEY, Laura. “Visual Pleasure and Narrative Cinema.” *Screen*, v. 16, n. 3, 1975. p. 6-18.

_____. “Melodrama In and Out of the Home.” In: MACCABE, Colin (ed.). **High Theory/Low Culture: Analyzing Popular Television and Film**. Manchester: Manchester University Press, 1986. p. 80-100.

¹⁴ GERAGHTY, Christine et al. “Special Debate. Flowers and Tears: the Death of Diana, Princess of Wales.” *Screen*, v. 39, n. 1, 1998.

¹⁵ MODLESKI, Tania. **Loving with a Vengeance: Mass-Produced Fantasies for Women**. New York: Metheun. 1984. _____. “Introduction.” In: MODLESKI, Tania (ed.). **Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture**. Bloomington: University of Indiana Press, 1986.

3 EM BUSCA DE UM UMA TEORIA DO RECONHECIMENTO

Reconhecimento é hoje um conceito central na filosofia e na teoria social, presente nas discussões contemporâneas sobre minorias, incluindo-se a questão de gênero. Segundo Paul Ricoer (2006), o termo comporta uma variação polissêmica em cada língua, o que torna ainda mais difícil o entendimento entre teóricos de diferentes comunidades linguísticas. Assim, na linguagem ordinária o termo pode contemplar ou focalizar significados diversos: identificar, conhecer de novo, relembrar, expressar gratidão, valorizar, dar aval jurídico. Pode ainda ater-se a questões mais intersubjetivas, ou mais sociais e políticas, ou mais pessoais, o que interfere na compreensão e elaboração da teoria filosófica.

Este tópico inicia abordando as duas principais contribuições sobre as quais Honneth irá construir sua abordagem sobre as lutas por reconhecimento: Georg Wilhelm Friedrich Hegel e George H. Mead. Posteriormente, apresentamos a sistematização de Honneth com as três dimensões do reconhecimento, e alguns dos principais debates sobre o tema.

3.1 A ABORDAGEM HONNETHIANA

3.1.1 Hegel e a idéia de aprendizado social

O livro seminal de Axel Honneth sobre a Teoria do Reconhecimento é justamente *Luta por Reconhecimento*. Seu primeiro capítulo é dedicado a recuperar as idéias originais do jovem Hegel, relativas aos anos em que lecionou na Universidade de Jena,

com foco naquelas desenvolvidas a partir de 1805. O ponto central resgatado por Honneth é um insight abandonado prematuramente por Hegel, contendo a ideia de que os conflitos em busca de reconhecimento não são aspectos negativos da sociedade. Ao contrário, são inevitáveis e positivos, pois são propulsores da mudança social e da evolução da sociedade. Matos (2006) destaca como fundamentais neste resgate a compreensão da conciliação da liberdade individual e da eticidade dos laços que unem as comunidades, ao afirmar que o que está na base dos conflitos sociais é uma luta por reconhecimento. Os conflitos é que permitem o reconhecimento recíproco. A partir desta premissa, Honneth desenvolverá a ideia de que a essência das experiências de injustiça concentra-se nas violações de relações de reconhecimento social, que geram humilhação e falta de respeito, que por sua vez funcionam como motivação para as lutas sociais (SOBOTTKA e SAAVEDRA, 2009).

Partindo do conceito de política de Aristóteles que confere à eticidade um papel central na sociedade, Hegel rompe com a proposta hobbesiana de que as lutas sociais são baseadas na busca de poder, autoproteção e autopreservação, para desenvolver a imagem de esfera social como o espaço da eticidade, onde os sujeitos podem auto-reconhecer suas potencialidades, capacidades, singularidade e originalidade. Assim, as relações éticas são pautadas por uma subjetividade prática, num movimento contínuo de reconhecimento.

Hegel tem como modelo ideal de sociedade o da *pólis*, as antigas cidades-estado da Grécia: “Nelas ele admira o fato, romanticamente glorificado, de os membros da comunidade poderem reconhecer, nos costumes praticados em público, uma expressão intersubjetiva de sua respectiva particularidade” (HONNETH, 2003: 40). A partir desta coletividade ideal, procura desenvolver uma teoria filosófica da sociedade que tenha como ponto de partida os vínculos éticos. Para Hegel, a moral não resulta apenas da natureza dos homens, mas das relações estabelecidas entre eles, com ênfase especial à interação humana. A vida pública, tida nesta perspectiva, deixa de ser o resultado da restrição recíproca dos espaços privados da liberdade, para se

tornar a “possibilidade de uma realização da liberdade de todos os indivíduos em particular”. Trata-se do “vir-a-ser da eticidade”, concebido como um “entrelaçamento de socialização e individuação” (HONNETH, 2003: 45).

Hegel desenha então um processo de três etapas de auto-consciência do espírito, em direção à sua percepção como um ser intersubjetivo, que mais tarde serão utilizadas como base para as três dimensões do reconhecimento por Honneth:

Cada uma das etapas de reconhecimento corresponde a um ganho nas dimensões da autoconsciência do espírito. O processo de realização do espírito se desenvolve da seguinte maneira: formação do espírito subjetivo (quando se considera primeiro a relação do indivíduo consigo mesmo, que se efetiva quando o sujeito possui auto-confiança); o espírito efetivo (o sujeito passa a ter consciência das relações institucionais dos indivíduos entre si, que se realiza com o auto-respeito) e, finalmente, o espírito absoluto (quando o sujeito percebe as relações reflexivas dos sujeitos socializados, correspondendo ao estágio da auto-estima) (MATTOS, 2006: 22).

A relação ética entre os sujeitos é, assim, construída através de várias etapas de reconciliação e de conflito que substituem umas às outras (HONNETH, 2003). “O ponto central é de que só é possível a autonomia individual pelo reconhecimento mútuo, recíproco. [...] São os conflitos entre os sujeitos que permitem o reconhecimento recíproco” (MATTOS, 2006: 21). Através do reconhecimento social o indivíduo pode apreender novas dimensões de sua própria identidade, o que acaba por estimular conflitos por novas lutas por reconhecimento. Esta necessidade de interação entre os sujeitos é o que caracteriza a intersubjetividade.

A estrutura de uma tal relação de reconhecimento recíproco é para Hegel, em todos os casos, a mesma: na medida em que se sabe reconhecido por um outro sujeito em algumas de suas capacidades e propriedades e nisso está reconciliado com ele, um sujeito sempre virá a conhecer, ao mesmo tempo, as partes de sua identidade inconfundível e, desse modo, também estará contraposto ao outro novamente como um particular (HONNETH, 2003:47).

Hegel ressalta a necessidade do reconhecimento social para a existência do indivíduo e a importância do aprendizado social que os conflitos trazem, uma vez que o que movimenta os conflitos sociais são as lutas por reconhecimento.

A partir destas ideias originais, Honneth define, então, que reconhecimento “são as lutas moralmente motivadas de grupos sociais, sua tentativa coletiva de estabelecer institucional e culturalmente formas ampliadas de reconhecimento recíproco, aquilo por meio do qual vem a se realizar a transformação normativamente gerida das sociedades” (HONNETH, 2003: 156).

3.1.2 O empirismo de Mead e a ampliação conceitual da subjetividade humana

A idéia original de Hegel é atualizada por Honneth com a teoria de George Mead. Este fez parte da origem da Escola de Chicago, que trouxe uma visão mais pragmática da filosofia. Honneth reconhece em Mead o autor que desenvolveu “os meios mais apropriados para reconstruir as intuições da teoria da intersubjetividade do jovem Hegel” (HONNETH, 2003:125), oferecendo a possibilidade de uma abordagem empírica para a intuição original hegeliana. Mead considera a luta por reconhecimento o ponto referencial para compreender a evolução moral da sociedade.

Mead pretende responder de que forma a pesquisa psicológica pode ter acesso ao seu objeto de estudo, o psíquico. Para responder a esta questão, passa a uma definição mais ampla de subjetividade, desenvolvendo na Psicologia moderna a ideia de que a identidade está ligada à experiência de um reconhecimento intersubjetivo, defendendo assim uma gênese social da identidade do Eu.

Neste ponto, desenvolve-se a importância da interação social. Para Mead, o acesso da Psicologia ao seu objeto se dá pela conscientização da subjetividade, o que ocorre quando um problema prático força o indivíduo a reelaborar uma consciência do

significado social de suas interações, e o domínio de suas próprias atitudes auxilia no controle do comportamento de outros.

Reagindo a mim mesmo, na percepção de meu próprio gesto vocal, da mesma maneira como meu defrontante o faz, eu me coloco numa perspectiva excêntrica, a partir da qual posso obter uma imagem de mim mesmo e, desse modo, chegar a uma consciência de minha identidade (HONNETH, 2003:130).

A auto-interação leva a um processo interpretativo de re-significação do que é experienciado através da interação social. Para Mead, isto é possível quando alguém se percebe pelo lado de fora, colocando-se na posição do outro e se vendo ou agindo em relação a si nessa posição. Desenvolve-se aqui o que Mead chama de *Me*, que é a imagem cognitiva que a pessoa tem de si mesma, cuja formação depende da existência de um segundo sujeito como parceiro de interação.

Para Mead, o *Me* vai gradualmente se ampliando à medida que crescem os círculos de interação e expectativas morais são incorporadas na própria ação. A partir daí, Mead trabalha a relação entre a formação da auto-imagem cognitiva (autoconsciência) e a auto-imagem prática (referências morais aplicadas na relação com o outro), no estudo da formação da identidade humana. Mead denomina esta categoria como “outro generalizado”, que incorpora sinteticamente a perspectiva de cooperação com outros companheiros cuja interiorização constitui o processo de socialização. Desta forma, Mead afirma uma “precedência da percepção do outro sobre o desenvolvimento da autoconsciência” (HONNETH, 2003: 131).

Participando das interações socialmente aceitas e reguladas do meio, o sujeito passa a ser reconhecido como membro daquele contexto de cooperação, com consciência de seus direitos e deveres, podendo obter de forma legítima o respeito de seu grupo, e a segurança do valor social de sua identidade – o que Mead classificou de

autorespeito. Segundo Honneth, esta sistematização caracteriza-se como um “aprofundamento objetivo” da segunda etapa hegeliana (2003: 138).

Entretanto, para Mead (assim como para Hegel), o conceito de reconhecimento não é completo sem incorporar as diferenças. Mead procura então, a partir desse ponto, incluir no processo de formação da identidade humana o que descreveu como o potencial criativo do *Eu*:

uma consideração das divergências criativas com que reagimos habitualmente às obrigações sociais em nosso agir cotidiano [...] enquanto este (me) hospeda as normas sociais através das quais um sujeito controla seu comportamento em conformidade com as expectativas sociais, aquele (eu) é o receptáculo de todos os impulsos internos que se expressam nas reações involuntárias aos desafios sociais. (HONNETH, 2003: 140).

Neste ponto é possível explicar a gênese do conflito entre o individual e o coletivo interiorizado que, para Mead e Hegel, conduz ao desenvolvimento moral de indivíduos e sociedades: o atrito entre o *Me* e o *Eu*. Das negociações deste conflito surgirá a busca por novas formas de reconhecimento social e de ampliação dos direitos à liberdade: “a práxis social que resulta da união de esforços por um tal ‘enriquecimento da comunidade’ é o que se pode chamar, na psicologia social de Mead, ‘luta por reconhecimento’ ” (HONNETH, 2003:145).

Nesta perspectiva em aberto que Honneth irá dedicar-se a estudar a eticidade dos movimentos de reconhecimento, tendo como fato que “os sujeitos devem receber confirmação intersubjetiva como pessoas biograficamente individuadas” (HONNETH, 2003: 153).

3.1.3 Honneth e a *Luta por Reconhecimento*

Axel Honneth, alemão nascido em 1949, estudou Filosofia, Sociologia e Germanística. Para apresentá-lo é necessário esclarecer a ligação de seu trabalho com a tradição de pensamento da Escola de Frankfurt e da Teoria Crítica, ambos com a marca inicial de Horkheimer e de orientação marxista do início do século XX. Foi assistente de Jürgen Habermas entre 1984 e 1990 no Instituto de Filosofia da Universidade de Frankfurt, onde apresentou em 1992 sua tese de livre-docência, que está publicada hoje no livro *Luta por reconhecimento. A gramática moral dos conflitos sociais*.

Ao suceder Habermas na cátedra de Filosofia Social, onde se desenvolveu a Teoria Crítica na Universidade de Frankfurt, em 1996, e também na direção do Instituto de Pesquisa Social em 2001 (que na década de 50 se rotularia Escola de Frankfurt), Axel Honneth tornou-se o representante da tradição da Teoria Social Crítica da Escola de Frankfurt, tida como o primeiro modelo de estudo cultural. concentrando-se na crítica à comunicação e à cultura de massa, cunhando a expressão “indústria cultural” como produtora de legitimidade ideológica do capitalismo (KELLNER, 2001).

Atualmente Honneth é considerado um dos principais representantes da Teoria Crítica, que possui forte influência marxista. Seus princípios são uma orientação para a emancipação e a exigência de um comportamento crítico por parte do pesquisador, não só em relação ao conhecimento produzido, mas à realidade social a que se dedica (NOBRE, 2003):

Dito de outra maneira, sendo efetivamente possível uma sociedade de mulheres e homens livres e iguais, a pretensão a uma mera "descrição" das relações sociais vigentes por parte do teórico tradicional é duplamente parcial: porque exclui da "descrição" as possibilidades melhores inscritas na realidade social e porque, com isso, acaba encobrindo-as (NOBRE, 2003:9).

Desde seu início, com Horkheimer, a Teoria Crítica teve como ideia central as experiências sociais negativas, e o conseqüente sofrimento desnecessário que promovem. Nesta realidade, cabe ao pesquisador capacitar os sujeitos sociais a olharem criticamente seu contexto social para identificar os causadores de sofrimento e buscar conscientemente uma prática emancipatória (SALONIA, 2008).

Honneth herdou a tarefa de crítica e reformulação das ideias de seus antecessores, Horkheimer, Adorno e especialmente Habermas. Buscou preencher lacunas nas propostas existentes, em especial o que entende como o "déficit sociológico" da construção habermasiana, a saber, a noção de conflito. O percurso teórico que percorreu deu nova direção à Teoria Crítica, "agora ancorada no processo de construção social da identidade (pessoal e coletiva), e que passa a ter como sua gramática o processo de 'luta' pela construção da identidade, entendida como uma 'luta pelo reconhecimento' " (NOBRE, 2003:11).

Salonia (2008) apresenta como diferencial da teoria de Honneth o fato dela conectar profundamente experiências pessoais e relações sociais, de forma que o sofrimento do não reconhecimento só pode ser superado com o reforço e a renovação dos laços sociais. Nesta estrutura, as experiências negativas estão ligadas à exclusão social, e provocam um sentimento de injustiça capaz de se tornar um impulso para a revitalização da inclusão social – que seria a luta por reconhecimento.

A inovação do argumento de Honneth se caracteriza a partir da retomada da ideia hegeliana de que há um aprendizado social que se manifesta nos conflitos, que necessita ser explicado. Honneth procura demonstrar que a evolução da sociedade se dá através de mudanças sociais, que por sua vez são causadas por conflitos sociais, que se baseiam nas lutas por reconhecimento (MATTOS, 2006). Assim, o elemento central de análise da Teoria Crítica são as lutas por reconhecimento, incluindo-se aqui as questões de gênero.

Honneth retoma o conceito hegeliano de “luta por reconhecimento” como única categoria válida para interpretar a sociedade, e atualiza a idéia hegeliana por meio da psicologia social de George H. Mead. A partir da junção dos principais *insights* destes autores, sistematiza sua teoria do reconhecimento, afirmando que

são as lutas moralmente motivadas de grupos sociais, sua tentativa coletiva de estabelecer institucional e culturalmente formas ampliadas de reconhecimento recíproco, aquilo por meio do qual vem a se realizar a transformação normativamente gerida das sociedades (HONNETH, 2003: 156).

Honneth defende que o reconhecimento intersubjetivo é possibilitado pelas interações sociais, garantindo a realização plena dos sujeitos e sua integridade. Nestas relações, o conflito é intrínseco, tanto do ponto de vista da formação da intersubjetividade quanto dos próprios sujeitos, caracterizando-se, sobretudo, como uma luta moral, em que entram em divergência as necessidades de individuação e as obrigações intersubjetivas que pautam a organização da sociedade. Nesse sentido, o autor adota a premissa de Hegel, para quem a luta dos sujeitos pelo reconhecimento recíproco de suas identidades gera “uma pressão intra-social para o estabelecimento prático e político de instituições garantidoras da liberdade” (HONNETH, 2003: 29).

Para Hegel, os diversos embates em que se inserem os sujeitos tornam possível, do ponto de vista individual, a construção de uma auto imagem coerente e, do ponto de vista coletivo, a instauração de relações éticas livres de unilateralizações e particularismos. Estes embates se estruturam, para Hegel, nos âmbitos da família, do direito (identificado com a sociedade civil) e da eticidade (representada pelo Estado, que é por ele definido como o espírito do povo) (HONNETH, 2003).

Honneth irá refinar as categorias de relações apresentadas por Hegel e Mead, afirmando que a “sistemática inscrita nessas distintas tripartições o fato de que ela se reflete, de maneira estupenda, nas diferenciações de uma série de outros representantes da filosofia social”, extraído delas três princípios integradores

comuns: as ligações emotivas fortes, a adjudicação de direitos e a orientação por valores (HONNETH, 2003: 159).

Honneth parte da estrutura hegeliana de três dimensões do reconhecimento, sendo elas o amor, o direito e a solidariedade. A partir daí, define as três dimensões como sendo uma pessoal (relações com família, amigos, parceiros) e duas sociais, envolvendo sistema legal e sistema de valoração social. Deixa claro em seu texto que esta construção teórica precisa ser comprovada empiricamente:

Para poder examinar essas pretensões amplas, apresenta-se a tentativa de reconstruir o conteúdo concretamente dado do amor, do direito e da solidariedade, até o ponto em que se estabelece uma conexão produtiva com os resultados das pesquisas científicas particulares; na comprovação pelo material das investigações empíricas se mostrará então se os três padrões de relação se deixam realmente distinguir entre si como formas de reconhecimento, de tal modo que constituam tipos independentes no que concerne ao *medium* do reconhecimento, espécie de auto relação possibilitada e ao potencial de desenvolvimento moral (HONNETH, 2003: 159).

Os elementos iniciais para estruturar sua tese vêm da teoria do desenvolvimento infantil de Winnicott, que analisa as relações entre mãe e filho, indicando que elas passam por uma transformação que vai da fusão completa à dependência relativa. A primeira esfera do reconhecimento é a autoconfiança, que se desenvolve por volta dos seis meses de vida, e é baseada na confiança do bebê na dedicação da mãe, que lhe permite tornar-se livre da simbiose, com aceitação mútua de suas necessidades e autonomia.

Honneth vê a estrutura comunicativa que está na base do reconhecimento mútuo. A segurança emotiva de ser amado, mesmo que a outra pessoa não esteja presente, é condição necessária para que o sujeito que ama seja reconhecido em sua independência. Isso porque a experiência do reconhecimento deve ser mútua na relação de amor. O reconhecimento designa um duplo processo de ligação e liberação emotivas da outra pessoa. O curioso é que esse processo só se dá pela afirmação da autonomia, acompanhada ou mesmo apoiada pela dedicação (MATTOS, 2006: 91).

Desta forma, estrutura-se um padrão para as relações amorosas do futuro (não apenas as sexualizadas), que podem ser interpretadas idealmente como “uma simbiose quebrada pelo reconhecimento” (HONETH, 2003:177). Em cada relação amorosa se atualiza esta dinâmica de dependência/autonomia oriunda dessa composição originária, definindo a confiança básica do sujeito em si mesmo e no mundo. Esta primeira experiência precede qualquer outra forma de reconhecimento recíproco, pois “constitui o pressuposto psíquico do desenvolvimento de todas as outras atitudes de autorrespeito” (HONETH, 2003:177).

A segunda esfera, o autorrespeito, também decorrente do reconhecimento recíproco, é derivado da relação jurídica, onde ter consciência dos direitos do outro torna possível reconhecer-se também como portador de direitos universais como respeito e justiça. Mas isto só é possível quando a sociedade provém sua coletividade de direitos fundamentais: proteção jurídica para exercer a liberdade, proteção para participação na esfera política e um mínimo de bens materiais de subsistência e bem estar. Neste estágio, portanto, são consideradas as condições materiais. Assim, “um sujeito é respeitado se encontra reconhecimento jurídico não só na capacidade abstrata de poder orientar-se por normas morais, mas também na propriedade concreta de merecer o nível de vida necessário para isso” (HONETH, 2003: 193).

A relação de dependência e independência das relações de afeto irão se repetir na dimensão do Direito (MATTOS, 2003), já que só é possível a garantia de liberdades individuais se elas são reconhecidas pelos parceiros de interação. Por isto, O sistema jurídico deve prezar pela equidade de todos os membros da sociedade, sem privilégios.

Visto que possuir direitos individuais significa poder colocar pretensões aceitas eles dotam o sujeito individual com a possibilidade de uma atividade legítima, com base na qual ele pode constatar que goza do respeito de todos os demais. É o caráter público que os direitos possuem, porque autorizam seu portador a uma ação perceptível aos parceiros de interação, o que lhes confere a força de possibilitar a constituição do auto-respeito (HONETH, 2003: 197).

O Direito possibilita o autorrespeito, na medida em que os sujeitos reconhecem-se reciprocamente como seres humanos dotados de igualdade, que partilham as propriedades para a participação em uma formação discursiva da vontade. Esta igualdade humana é construída historicamente, tendo sido expandida na modernidade. Retomando as proposições de T. H. Marshall, Honneth demonstra que as lutas por reconhecimento travadas para a construção dos direitos civis, políticos e sociais, foram voltadas para a configuração de cidadãos com igual valor.

A terceira esfera, chamada autoestima, provém de um sistema de valoração social (comunidade de valores, ou solidariedade) que reconheça propriedades diferenciais entre seus membros, valorizando diferentes formas de autorrealização que permitam “referir-se positivamente a suas propriedades e capacidades concretas” (HONNETH, 2003: 198). Aqui, o reconhecimento recíproco está relacionado com a existência de relações sociais simétricas, onde os indivíduos podem desenvolver sua autorrealização de forma autônoma. Portanto, esta dimensão se realiza quando são consideradas as propriedades particulares que caracterizam os sujeitos de acordo com as suas diferenças pessoais e a “possibilidade de qualquer sujeito ter chances de ter suas qualidades e especificidades reconhecidas como necessárias e valiosas para a reprodução da sociedade” (MATTOS, 2006: 93).

Os conflitos buscam a reconfiguração e revisibilidade dos sistemas jurídicos: “nas sociedades modernas, as relações de estima social estão sujeitas a uma luta permanente na qual os diversos grupos procuram elevar, com os meios da força simbólica e em referência às finalidades gerais, o valor das capacidades associadas à sua forma de vida” (HONNETH, 2003: 207).

As três formas – autoconfiança, autorrespeito e autoestima constituem formas de autorrelacionamento, que serão positivas em caso de haver reconhecimento. Elas se tornam negativas e adoecidas quando o indivíduo experiencia alguma forma de

desrespeito. Para ser considerada desrespeito, a experiência “deve ser ancorada de tal forma em aspectos afetivos do ser humano, que a sua capacidade motivacional de desencadeamento de uma luta por reconhecimento venha à tona” (SAAVEDRA e SOBOTTKA, 2008:14). Cabe neste ponto atentar para a delimitação que Honneth faz do que seja luta social, como um processo em que “experiências individuais de desrespeito são interpretadas como experiências cruciais típicas de um grupo inteiro, de forma que elas podem influir, como motivadores da ação, na exigência coletiva por relações ampliadas de reconhecimento” (HONNETH, 2003: 257).

As formas de desrespeito são consideradas patologias, que trazem sintomas sociais e psíquicos, que eventualmente podem se converter em físicos. As patologias ameaçam alguma dimensão da personalidade, seja a integridade psíquica, a integridade social ou a dignidade e a honra (conforme quadro abaixo), representando “o perigo de uma lesão, capaz de desmoronar a identidade da pessoa inteira” (HONNETH, 2003:214). O quadro 2, abaixo, sintetiza a abordagem das três dimensões do reconhecimento:

DIMENSÃO	AUTO-RELAÇÃO	ASPECTOS DESENVOLVIDOS	FORMAS DE RECONHECIMENTO	PATOLOGIA / DESRESPEITO	DIMENSÃO DA PERSONALIDADE AMEAÇADA
Afeto	Autoconfiança	Amor Amor próprio Autoconfiança	Família Amigos Parceiros	Maus tratos Violação	Integridade psíquica
Direito	Autorrespeito	Respeito universal Justiça universal	Sistema jurídico	Privação de direitos Exclusão	Integridade social
Estima social	Autoestima	Características Realizações Solidariedade	Sistema de valoração social	Degradação moral Injúria	Dignidade, honra

Quadro 2 - Estrutura das relações sociais de reconhecimento e desrespeito
FONTE: Adaptado pela autora a partir de Honneth, 2003:211

O sofrimento pelo sentimento de injustiça provém do fato do indivíduo alimentar expectativas sobre reconhecimento na sociedade da qual faz parte, que, a seu ver são legítimas (SALONIA, 2008). Esta vivência de injustiça ocasionada pelo desrespeito se tornará um “impulso motivacional” (HONNETH, 2003:224) para a luta por reconhecimento:

Honneth irá se interessar por aqueles conflitos que se originam de uma experiência de desrespeito social, de um ataque a identidade pessoal ou coletiva, capaz de suscitar uma ação que busque restaurar relações de reconhecimento mútuo ou justamente desenvolvê-las num nível evolutivo superior. Por isso, para Honneth, é possível ver nas diversas lutas por reconhecimento uma força moral que impulsiona desenvolvimentos sociais. (NOBRE, 2003:18)

Em resumo, o desrespeito leva à luta por reconhecimento, que promove mudanças sociais. Neste sentido, a redistribuição material também leva à lutas por reconhecimento, desde que a situação seja vivenciada como injusta. Entretanto, segundo Honneth (2003), a vivência individual de desrespeito só leva a ações de resistência política se tiverem o apoio de um movimento social articulado: “a experiência de desrespeito pode tornar-se o impulso motivacional de uma luta por reconhecimento. Pois a tensão afetiva em que o sofrimento de humilhações força o indivíduo a entrar só pode ser dissolvida por ele na medida em que reencontra a possibilidade da ação ativa” (HONNETH, 2003: 224).

Para Honneth (2007), o reconhecimento não pode ser apenas retórico ou simbólico, mas deve ser acompanhado de ações que confirmam essas promessas, ou seja, deve se materializar, para ser completo.

Honneth irá se dedicar, no oitavo capítulo do livro *Luta por reconhecimento*, denominado *Desrespeito e resistência: a lógica moral dos conflitos sociais*, a comprovar o nexo entre desrespeito moral e luta social, definindo que “uma luta só

pode ser caracterizada de 'social' na medida que seus objetivos se deixam generalizar para além do horizonte das intenções individuais, chegando a um ponto em que eles podem se tornar a base de um movimento coletivo" (HONNETH, 2003: 256). Deste modo, compreende-se que apenas as esferas do direito e da estima oferecem esse potencial, pois podem referir-se a grupos inteiros e, conseqüentemente, levar a exigências coletivas por reconhecimento.

A concepção de boa vida, segundo Honneth, que "tem de conter todos os pressupostos intersubjetivos que hoje precisam estar preenchidos para que os sujeitos se possam saber protegidos nas condições de sua auto-realização" (HONNETH, 2003: 270), só pode se realizar através da interação social. São os conflitos intersubjetivos por reconhecimento, trazidos à tona por situações cotidianas, que irão propiciar o desenvolvimento moral da sociedade e dos indivíduos.

Honneth (2007) aponta que, ao mesmo tempo em que cresce a utilização do conceito de reconhecimento por vários movimentos de emancipação, crescem também as dúvidas sobre o potencial crítico do conceito. Isto decorre do fato de vivermos numa cultura de afirmação, que incentiva exposições públicas de reconhecimento que muitas vezes são apenas retóricas. O reconhecimento se expressa em posturas positivas, pois possibilitam ao destinatário uma identificação com suas próprias qualidades e, conseqüentemente, um maior grau de autonomia. Deste modo, estimula a criação de uma auto-imagem que está em conformidade com as expectativas sociais, nem sempre emancipatórias.

O ato de louvar a certas características ou habilidades parece ter se tornado um instrumento político, cuja função não dita consiste na inserção de indivíduos ou grupos sociais nas estruturas existentes de dominação, incentivando uma auto-imagem positiva. Longe de fazer uma contribuição duradoura para as condições de autonomia dos membros da nossa sociedade, o reconhecimento social aparece apenas para servir a criação de atitudes que estejam em conformidade com o sistema dominante (HONNETH, 2007:323. Tradução nossa).

Assim, o reconhecimento pode ser utilizado como ideologia, para manter a dominação social e esconder relações de poder. Utilizado desta forma, pode gerar uma espécie de subordinação voluntária, que muitas vezes só poderá ser reconhecida retrospectivamente, em outro tempo. O autor exemplifica com um escravo virtuoso, uma dona de casa dedicada, um soldado heroico, que, ao receber o status atribuído, podem desenvolver a vontade de aceitar expectativas comportamentais correspondentes.

Iris Jung (2007) lembrou Rousseau, em seu *Discurso sobre a desigualdade* para chamar atenção para um outro aspecto normalmente não comentado do Reconhecimento: sua capacidade de provocar degradação social. Com a socialização criou-se a necessidade de alimentar a auto estima através da apreciação e valorização pelo outro, o que movimenta a desigualdade e a competitividade sem limites - e consequentes sentimentos como vaidade e desprezo, vergonha e inveja.

3.2 AS CONTROVÉRSIAS EM TORNO DO CONCEITO

A pesquisa empírica da tese será desenvolvida a partir da operacionalização da teoria do reconhecimento de Axel Honneth. Analisar profundamente as controvérsias e debates em torno do conceito, seria tarefa muito ampla por si só, e envolveria uma revisão densa das contribuições anteriores a Honneth, ou seja, Hegel, Adorno, Horkheimer e Habermas, entre outros, e ainda retomar as contribuições originais para a sistematização teórica de Honneth, que envolvem Jessica Benjamin, Winnicott, T. H. Marshall, George Mead e Hegel. Tal tarefa não será desenvolvida por esta tese, entretanto, a relevância dos principais debates ligados ao tema requer ao menos uma breve apresentação. Estes debates envolvem a relação do reconhecimento com

identidade, autenticidade, igualdade, diferença, aspectos políticos e éticos, e foram protagonizados entre Taylor e Habermas, e entre Fraser e Honneth.

Segundo Mattos (2006), a ideia seminal que funda diversas propostas, como a de Taylor, Fraser e Honneth é a de Hegel, que interpreta a busca por reconhecimento intersubjetivo e respeito como o motor dos conflitos sociais. As diferenças fundamentais entre estes três autores estaria em que Taylor enfatiza a fundamentação filosófica e histórica do reconhecimento social, Honneth busca uma sociologização do conceito, tendendo à investigação empírica, e Fraser interessa-se especialmente pelos recentes movimentos sociais e suas lutas políticas.

Saavedra e Sobotka (2009) dedicaram um *paper* a investigar como a complexidade da polissemia do termo reconhecimento influenciou autores como Taylor e Habermas, Fraser e Honneth. Taylor e Habermas irão explorar o conceito como identidade ou autenticidade. Entre Fraser e Honneth, o debate se dará em torno de aspectos políticos e éticos do conceito. Honnet (2007) também irá abordar o aspecto polissêmico do termo, apontando que em alemão, o conceito parece essencialmente indicar apenas o elemento normativo que se refere ao ato de concessão de status social positivo, enquanto no uso em Inglês e francês ele engloba o sentidos de identificar ou lembrar.

Charles Taylor, preocupado com a sobrevivência de culturas específicas, acredita que o reconhecimento (vindo dos outros) é a condição que possibilita a compreensão, por parte de indivíduos ou da coletividade, da própria identidade ou autenticidade. Revisitando Rosseau, Taylor teoriza que a sociedade democrática substituiu a noção de honra, que era ligada a papéis sociais, para a dignidade igual para todos. Ao mesmo tempo, desenvolveu-se a noção de identidade individual, de ter valor pelo que se é, e ser fiel a um ideal de autenticidade e originalidade.

Recorrendo a Mead, Taylor utiliza o conceito de outro significativo para designar as interações sociais que levam às negociações para o desenvolvimento da identidade

e autenticidade e as expectativas de outrem. Esta esfera íntima do outro significativo é diferenciada da esfera pública, onde se dão as políticas de reconhecimento, às quais o autor se dedica. Sua atenção se volta para a garantia de políticas públicas que promovam igualdade, dignidade, diversidade, para que não haja um reconhecimento ausente ou errôneo, que poderia trazer consequências como identidades falsas, reduzidas, inautênticas (SOBOTKA e SAAVEDRA, 2009).

Uma das questões importantes para Taylor é até que ponto a luta pela igualdade não pode levar à negação das diferenças (e, portanto, da autenticidade):

De um lado, uma política universalista, que coloca a ênfase na igualdade, na dignidade inerente a cada pessoa humana, e assegura direitos iguais de cidadania a todos. De outro, uma política com maior vinculação com a noção de identidade, que coloca sua ênfase na diferença. Uma se concentra naquilo que “é o mesmo em todos” os seres humanos, mas com isso os homogeniza e nega sua identidade; a outra vê a necessidade de se reconhecer e até mesmo promover a particularidade, admitindo certo grau de restrição às liberdades individuais, certa discriminação (SOBOTKA e SAAVEDRA, 2009:389).

Preocupado com a sobrevivência de grupos culturais específicos, o autor tende a buscar um equilíbrio entre a defesa de direitos fundamentais, com acolhimento das diferenças culturais.

Habermas irá também relacionar reconhecimento e identidade, travando uma ampla discussão com Taylor sobre como a ordem jurídica moderna, que é pautada nos direitos subjetivos, poderia compatibilizar-se com as identidades coletivas. Ou seja, como reconhecer e garantir, ao mesmo tempo, o respeito jurídico a identidade de pessoas e grupos, especialmente os desprivilegiados (SOBOTKA e SAAVEDRA, 2009).

Habermas acredita que, para solucionar este impasse, a luta por reconhecimento deve dedicar-se à constituição de um espaço público em que, ao invés de utilizar imposição legal, seja possível defender a diversidade através da argumentação, onde os indivíduos possam compor de forma livre sua escolha identitária.

Assim, para Habermas, cada indivíduo e cada grupo dentro do estado democrático de direito tem assegurada a sua integração pelo consenso mínimo sobreposto [...]; no patriotismo constitucional os cidadãos do estado se agregam em torno de um projeto comum, no qual, ao mesmo tempo, podem defender publicamente a validade do seu modo específico de vida e se expõem aos questionamentos que seus concidadãos fazem a eles, e que exigem uma fundamentação racional. Por meio dessa integração em dois níveis – política e ética –, direitos subjetivos fundamentais assegurados a todos são compatíveis com a luta por identidades coletivas; não há entre elas colisão porquanto a primeira é vista como pressuposto para a segunda (SOBOTTKA e SAAVEDRA, 2009: 9)

Assim, preservam-se os direitos individuais que fundamentam a ordem jurídica moderna. As divergências podem ser resolvidas através da ordem jurídica, que é construída pelos próprios sujeitos. Ele utiliza como exemplo o movimento feminista, onde as próprias mulheres puderam se organizar e discutir publicamente no que consistiriam os aspectos fundamentais para um tratamento igualitário (SOBOTTKA e SAAVEDRA, 2009). Parece, entretanto, que a estrutura de Habermas funcionaria bem se fosse sempre possível aos desprivilegiados falar, e se articular para se fazer representar, o que na maioria das vezes não é possível. A própria luta feminista, citada por ele como exemplo, positivou direitos coletivos que algumas mulheres não ousavam desejar, seja por estarem envolvidas ideologicamente na subordinação, seja por estarem distantes da possibilidade de articulação política.

Honneth não se ocupou especificamente das questões de gênero, embora identifique o feminismo como um movimento social exemplar de luta pelo reconhecimento, e enfatize explicitamente as questões de justiça de gênero e a preocupação com a igualdade de mulheres. Sua teoria do reconhecimento fornece muitos recursos para a crítica social feminista (JUNG, 2007). Jung¹⁶ aponta algumas de suas contribuições:

¹⁶ É preciso mencionar que Jung não considera a teoria de Honneth completa para o feminismo. No texto chamado *Reconhecimento do trabalho de amor*, a principal crítica é que, embora Honneth tenha as relações de amor e cuidados como constitutiva para a sua concepção de justiça, ele não dá a devida atenção à divisão sexual

Especialmente em alguns de seus mais recentes escritos, Honneth dá atenção explícita às questões de justiça na família e em especial a problemas de igualdade para as mulheres. Ele desafia a divisão do gênero de trabalho que denigre o trabalho das mulheres, e dá suporte às convocações das feministas para o reconhecimento do trabalho não remunerado do trabalho doméstico e para reavaliação de empregos tipicamente femininos da força de trabalho remunerado. Em contraste com a maioria outras teorias da justiça, além disso, Honneth faz as relações de amor e cuidados constitutivas para a sua concepção de justiça (JUNG, 2007: 192/193) [tradução nossa].

Honneth concebe o reconhecimento como uma categoria moral fundamental, da qual a questão de gênero, assim como outras, seria uma derivação, pois seu conceito de reconhecimento serviria para desvendar experiências sociais de injustiça como um todo.

Entretanto, foi com uma expoente do feminismo, Nancy Fraser, que travou um dos debates mais extensos e profícuos sobre Reconhecimento, com direito a publicações de réplicas e tréplicas. A questão mais frequente nas discussões entre os dois autores pode ser resumida no título em forma de pergunta de um livro publicado sobre o debate, *Redistribuição ou reconhecimento?*, onde Fraser busca, segundo o título de seu texto, “uma visão integrada da justiça de gênero”.

Fraser e Honneth protagonizaram várias discussões públicas em torno do conceito de reconhecimento. Eles discutem até que ponto a categoria do reconhecimento dá conta de diagnosticar e explicar a injustiça social. Bressiani (2010) acredita que a polissemia no termo interfere nesta discussão, pois os dois autores tem um conceito diferente de reconhecimento, devido talvez à variação linguística. Para o alemão Honneth, o reconhecimento não é apenas cultural, como entende a norte americana Fraser, mas se refere a “expectativas morais de comportamento sustentadas pelos sujeitos frente a seus parceiros de interação” (BRESSIANI, 2010: 15).

do trabalho na família, que atribui o trabalho de cuidado à mulher [concepção que se generaliza nas profissões de cuidados].

Fraser acredita que o reconhecimento (da diferença) é apenas uma das duas dimensões fundamentais de um conceito mais abrangente de justiça, sendo a outra a da redistribuição (dos recursos e da riqueza). Estas duas dimensões, segundo Fraser, estão sendo vistas de forma polarizada pelos teóricos, onde alguns acreditam que a redistribuição é a única forma de sanar as injustiças causadas pela economia e outros, entendem que as injustiças são causadas por uma hierarquia de valoração cultural (FRASER, 1996). A preocupação de Fraser é que atualmente esteja havendo uma priorização das questões de reconhecimento (diferença que precisa ser promovida, através de mudança cultural ou simbólica na avaliação de identidades e produtos culturais) em detrimento das questões de cunho redistributivo (diferença que precisa ser abolida, através de mudança política e econômica) que pode levar até a extinção das políticas de redistribuição (FRASER, 1996).

A feminista irá deixar claro que as duas políticas – de redistribuição e reconhecimento – possuem pelo menos cinco distinções que justificam serem tratadas de forma claramente diferenciada. Em primeiro lugar, possuem diferentes conceitos de injustiça (respectivamente socioeconômicos, enraizados na economia política; e culturais, enraizados em modelos sociais de representação, interpretação e comunicação). Em decorrência disto, vem o segundo ponto, os dois diferentes conceitos demandam diferentes “remédios” para a injustiça (respectivamente reestruturação político-econômica; e troca cultural ou simbólica). O terceiro ponto é a concepção que possuem sobre as coletividades injustiçadas (respectivamente classes sociais, não apenas no sentido marxista, mas no sentido estendido; e grupos que gozam de menor estima, honra e prestígio). O que resulta no quarto ponto, a orientação política, onde um quer abolir a diferença, e outro, valorizar. Em quinto lugar, as orientações políticas pressupõem lógicas diferentes para diferenciação dos grupos – as políticas de redistribuição pretendem a transformar as estruturas econômicas a fim de abolir as diferenciações entre classes, enquanto as políticas de reconhecimento pretendem manter os grupos, transformando os esquemas de valores que diminuem seu status (reconhecimento pluralista) ou extingui-los, através da

desconstrução das ideologias que mantêm sua diferenciação (reconhecimento universalista) (FRASER, 1996).

Ela trava uma discussão pública com Honneth, pois, ao contrário deste, considera os dois conceitos irreduzíveis um ao outro, embora interdependentes. Para Fraser, a proposta de Honneth comete um grande erro ao focar na interação social e deixar de identificar os mecanismos sociais que promovem as injustiças, mais especificamente na economia, o que exigiria a redistribuição de recursos. Neste ponto, ela afirma sobre Honneth:

Supondo que todas as desigualdades econômicas estão enraizadas na ordem cultural, que privilegia algumas formas de trabalho em detrimento de outras, ele acredita que a alteração dessa ordem cultural é suficiente para prevenir todo tipo de má distribuição (FRASER, 2007b: 117).

Fraser encontra uma evidência desta análise a partir da evolução do próprio Feminismo, que em sua trajetória histórica, deixou de lado as influências do “imaginário político economicista” que pretendia transformar os problemas de má distribuição entre as classes, para ser “atraído para a órbita da política de identidade” com as questões culturais em primeiro plano (FRASER, 2007a:293).

Fraser acredita que, antes desta mudança, o Feminismo poderia ser considerado um dos mais visionários e radicais movimentos sociais a criticar os pontos centrais do capitalismo moderno, e seus consequentes problemas de distribuição, quais sejam, “repressão sexual, sexismo e heteronormatividade; materialismo, cultura corporativa e a ‘ética do sucesso’” (FRASER, 2007a:295). Foi uma época de ricas contribuições do movimento:

Ao lado de seus camaradas de outros movimentos, os feminismos dessa era modificaram o imaginário político. Transgredindo uma cultura política que privilegiava atores que se colocavam como classes definidas nacional e politicamente domesticadas, eles desafiaram as exclusões de gênero dentro da social-democracia. Problematizando o paternalismo do Estado do bem-estar social e a família burguesa, os feminismos expuseram o profundo androcentrismo da sociedade capitalista. Politizando “o pessoal”, expandiram as fronteiras de contestação para além da redistribuição sócio-econômica – para incluir o trabalho doméstico, a sexualidade e a reprodução (FRASER, 2007a:295).

Esta orientação teria perdido sua força com a queda do Comunismo no Leste e aceleração do fenômeno da globalização, que abriram espaço para as ideologias de livre mercado e arrefeceram os ideais feministas de desdobramento do *ethos* igualitário da classe para o gênero. Assim, o Feminismo passa a sua próxima fase, que Fraser chama de “infeliz casamento do Culturalismo com o Neoliberalismo”, qual seja, o deslocamento das lutas por redistribuição para as lutas por reconhecimento que, segundo Fraser, privilegiam “mais a valorização da diferença do que a promoção da igualdade”. As questões de subordinação passaram a ser vistas como um problema cultural, desvinculado da economia política (Fraser, 2007a: 296).

Para a feminista, este desvio não poderia ter ocorrido em pior momento, pois, ironicamente, com o avanço do neoliberalismo, as necessidades de redistribuição passaram a ser mais emergentes que nunca. Ela acredita que isto não ocorreu apenas com o Feminismo, mas com vários movimentos sociais articulados da época, como sindicatos e partidos.

Fraser (2007a:303) acredita que atualmente o Feminismo vive “uma nova e promissora síntese entre redistribuição e reconhecimento”, incorporando um terceiro aspecto que reconfigura a justiça de gênero como um problema equilibradamente tridimensional: a representação. A representação preocupa-se com os desafios às

injustiças que interligam má distribuição e não reconhecimento numa realidade de mau enquadramento, que seriam limites impostos por Estados territoriais às práticas de justiça.

O mau enquadramento surge quando o quadro do Estado territorial é imposto a fontes transnacionais de injustiça. Como resultado, temos divisão desigual de áreas de poder às expensas dos pobres e desprezados, a quem é negada a chance de colocar demandas transnacionais. Em tais casos, as lutas contra a má distribuição e o não-reconhecimento não são levadas adiante, e menos ainda são bem-sucedidas, a não ser que se liguem a lutas contra o mau enquadramento. O mau enquadramento, assim, emerge como alvo central da política feminista na sua fase transnacional (FRASER, 2007a: 304/305).

Outro aspecto que diferencia as teorias de Honneth e Fraser, segundo esta última, é que, para Honneth, reconhecimento está ligado às questões éticas, tratando-se, portanto, de boa vida, enquanto para Fraser está ligado a questões morais, e constituindo numa questão de justiça, pois nega a grupos e indivíduos a oportunidade de realizarem interações sociais como iguais (FRASER, 2007b).

O ponto central da crítica de Fraser à Honneth é a convicção de que Honneth privilegia em sua análise as questões de políticas de identidade, que não seriam adequadas para resolver as questões de justiça. Ao passo que Fraser incorpora em sua análise aspectos da economia, política, fronteiras transnacionais, ela considera que, para Honneth, o reconhecimento é o reconhecimento do outro, caracterizado como uma questão filosófica e psicológica e não uma questão social.

Honneth irá replicar que considera a interpretação de Fraser sobre sua teoria equivocada. Ele acredita que uma teoria consistente do reconhecimento contempla a redistribuição na medida em que pode vincular as causas sociais dos sentimentos de injustiça sem negligenciar o sofrimento cotidiano dos membros da sociedade, em situações concretas, estando ou não articuladas a movimentos políticos e sociais

públicos. Ele critica Fraser por problematizar de forma separada o material e o simbólico (HONNETH, 2006).

Com objetivo de compreender as controvérsias entre Honneth e Fraser num contexto diferente dos que lhe deram origem, Pinto (2008) irá examiná-las sob a luz da conjuntura brasileira. A autora aponta alguns problemas nos pressupostos de Fraser. Um deles é a natureza de bidimensionalidade do fenômeno reconhecimento/distribuição, defendida em *Redistribuição ou reconhecimento?* que, na prática, não necessariamente costumam ocorrer juntos. A má distribuição, segundo Pinto, tem uma existência *per se*, independente do reconhecimento, uma vez que é característica estrutural do capitalismo. Além disto, a superação da situação de injustiça só ocorrerá após ser percebida pelo injustiçado, o que coloca em cheque o fato da situação ser meramente social, sem envolvimento do sujeito, como pensa Fraser:

O reconhecimento como auto-reconhecimento é essencial para a construção do sujeito da ação na luta social. Só existe o dominado contra a dominação se este se reconhecer como tal. Não há feminismo antes da feminista, assim como não há paridade participativa antes do sujeito auto-reconhecido como igual (PINTO, 2008: 3)

Assim, Pinto ressalta a insuficiência das leis “como remédio”, para se modificar uma situação de injustiça, como quer Fraser, e a necessidade do auto reconhecimento neste processo, o que está presente na conceituação de Honneth. O processo de luta social deriva deste reconhecimento individual:

[...] trata-se do processo prático no qual experiências individuais de desrespeito são interpretadas como experiências cruciais típicas de um grupo inteiro, de forma que elas podem influir, como motivos diretores da ação, na exigência coletiva por relações ampliadas de reconhecimento (HONNETH, 2003: 257).

Analisando as duas teorias para aplicá-las ao contexto da luta dos sem teto e dos negros, Pinto ressalta a diferença entre as demandas dos dois movimentos. No caso dos sem teto, a luta consiste em reconhecer sua condição de pobreza para superá-la – uma desconstrução da própria condição. No caso dos negros, existe também a necessidade de superação, mas através do reforço às raízes culturais – um reforço das próprias condições. Para se compreender os dois movimentos, é fundamental enfrentar a questão da identidade e do “sujeito de luta”. Isto porque o reconhecimento, para ambos os movimentos, “não é apenas uma questão de justiça social, mas de auto-reconhecimento, de auto-estima e de luta pelo reconhecimento do outro” (PINTO, 2008:45), condição presente na noção de reconhecimento de Honneth.

A historiadora constata que, no Brasil, tradicionalmente as noções de distribuição e reconhecimento foram tratadas como questões distintas, com destaque para a distribuição, seja nos discursos intelectuais ou governamentais. Mais recentemente, o movimento negro tornou a diferença e o reconhecimento uma questão de justiça social, quando “pobreza e negritude formaram um binômio quase sinônimo de distribuição e reconhecimento” (PINTO, 2008: 46), precisando enfrentar as negações decorrentes da falácia de uma suposta democracia racial.

Para Pinto, o cenário econômico e a participação do estado são fatores cruciais para se aplicar a teoria de Honneth e Fraser na tentativa de se compreender determinada realidade. Os dois autores pensam sua teoria a partir de um estado de bem estar social ausente no Brasil, onde “grandes parcelas da população estão fora da possibilidade de constituírem-se como sujeito de luta por distribuição e reconhecimento, sejam estes entendidos como status ou auto-reconhecimento” (PINTO, 208: 47). Em casos de extrema miséria, o “sujeito de luta” desaparece, e passa a ser o sujeito passivo das políticas assistenciais da ONU, de ONGs, de políticas de cooperação internacional, de governos:

A polêmica Fraser–Honneth toma uma direção diversa em cenários de grande pobreza e desigualdade social, na medida em que a noção de reconhecimento fica mais limitada a um reconhecimento externo; isto é, o outro reconhece e age sem necessariamente construir uma relação com o reconhecido, como ocorre no processo de auto-reconhecimento na teoria de Honneth. O outro, no caso, é sempre ou quase sempre um agente estatal que atua através de políticas públicas (PINTO, 2008:48).

Nestes casos, o sujeito da falta pode estar numa situação tão extremada que não a reconhece, ainda que o outro a reconheça. Nestes casos, a autora entende que seja necessário um resgate da cidadania, onde o sujeito se veja como portador de direitos, que pode inclusive enfrentar politicamente o Estado na definição de políticas de combate à exclusão e às injustiças (PINTO, 2008). Seria o caso de aplicar aqui a noção de paridade participativa de Fraser, que presume que para haver justiça é necessário que todos os membros interajam como iguais, sendo necessárias normas básicas de igualdade legal formal. Mas para isto, segundo a própria Fraser, é necessário que haja distribuição de recursos materiais que assegurem a “independência e a voz dos participantes” e que haja uma condição intersubjetiva de respeito mútuo (FRASER, 1996: 32), o que parece levar a uma inevitável tautologia, envolvendo distribuição e luta por reconhecimento.

Pinto conclui que as duas propostas, de Honneth e Fraser são insuficientes sozinhas, e complementares. E que precisam percorrer ainda um caminho de testagens em diferentes realidades, de complexidades próprias, antes de se tornarem normativas.

A própria Fraser, na breve conclusão de seu artigo *Redistribución y reconocimiento* utiliza o primeiro parágrafo se perguntando como integrar as duas políticas, convencida de que os dois enfoques são fundamentais. O segundo e último parágrafo não responde a esta pergunta, mas reforça o imperativo de cumprir esta importante empreitada para conseguir chegar à paridade participativa e à justiça.

4 PESQUISA EMPÍRICA

4.1 CAMINHOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

A proposta deste trabalho foi alisar a histórias das protagonistas da telenovela *Cheias de Charme*, a fim de investigar a circulação de conteúdos e discursos específicos sobre o reconhecimento feminino. Ou seja, o que o imaginário social revela sobre a forma como as mulheres podem obter reconhecimento.

A investigação deve possibilitar responder a questão problema desta pesquisa, qual seja: *Que tipo de narrativa sobre reconhecimento feminino é construída através do protagonismo feminino nas telenovelas brasileiras? Com quais interesses e poderes esta narrativa se articula?*

A construção teórica e metodológica da pesquisa se torna especialmente relevante pela perspectiva adotada, qual seja, a dos Estudos Culturais e da Teoria do Reconhecimento de Axel Honneth. Isto porque a proposta fundamental dos Estudos Culturais é a ampliação do foco cultural e político de análise. Assim, os processos de investigação fazem parte de um contexto cultural complexo e multidimensional, que extrapola as práticas cotidianas ao inscrever-se em relações de poder estruturais e históricas – são mais uma questão de poder que apenas uma questão de significação. Nos Estudos Culturais, a ênfase de reflexão desloca-se “dos meios para os grupos sociais que estão integrados em práticas sociais e culturais mais amplas” e da difusão para a “circulação de mensagens no seio de uma dinâmica cultural” (LOPES, BORELLI e REZENDE, 2002: 29).

O que se pretende nesta pesquisa é utilizar a Teoria do Reconhecimento proposta por Axel Honneth, considerando-a previamente como uma ferramenta eficiente para um diagnóstico psicossocial de conflitos marcados pelo gênero. A escolha da teoria elaborada por Honneth justifica-se especialmente por sua

abordagem do aspecto empírico do conceito. Como se propõe a mapear “sintomas” do não reconhecimento, sua teoria torna possível uma aplicação prática para análise do cotidiano. Além disto, ancorado na ideia hegeliana de que a autonomia individual só é possibilitada pelo reconhecimento mútuo e intersubjetivo (MATTOS, 2006) sua abordagem integra aspectos pessoais e universais, pensando nas distintas dimensões da subjetividade humana em um contexto relacional, moral, cultural, jurídico, político e material.

A análise qualitativa das protagonistas da novela selecionada será objetivada pelo estabelecimento de temáticas que permitam categorizar os dados a partir da proposta da Teoria do Reconhecimento. Inicialmente, se apresentará as personagens, identificando suas características pessoais e familiares e sua história de vida, como esquematizado abaixo.

Levantamento do perfil das protagonistas

<p>Características pessoais</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Idade ✓ Cor ✓ Religião ✓ Classe econômica ✓ Grau de instrução ✓ Ocupação
<p>Características familiares</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Filhos ✓ Estado civil ✓ Chefia da família ✓ Moradia (quem) ✓ Condições de moradia
<p>História</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trajetória afetiva ✓ Trajetória social

Como trabalho principal, se buscará operacionalizar a teoria de Axel Honneth¹⁷ ao estabelecer um diagnóstico da estrutura das relações sociais de reconhecimento e desrespeito em que se encontram as protagonistas, ou seja, de suas lutas por reconhecimento, como esquematizado a seguir. Inicialmente, se fará um mapeamento das estruturas das relações sociais de reconhecimento nas três dimensões. As categorias a pesquisar foram retiradas das descrições e comentários de Honneth a respeito.

Estrutura das Relações Sociais de Reconhecimento

DIMENSÃO	AUTO-RELAÇÃO	ASPECTOS DESENVOLVIDOS	CATEGORIAS A PESQUISAR
Afeto	Autoconfiança	Amor, Amor próprio Autoconfiança	✓ Relações primárias de afeto
Direito	Autorrespeito	Respeito universal Justiça universal	✓ Atuação política ✓ Cidadania ✓ Posse mínima de bens materiais (bem estar) ✓ Trabalho
Estima social	Autoestima	Características Realizações Solidariedade	✓ Estudo ✓ Saberes ✓ Desejos e conquistas ✓ Profissão ✓ Corporalidade ✓ Noção de status

Posteriormente, se fará um diagnóstico das patologias encontradas:

Estrutura das Relações Sociais de Desrespeito

¹⁷ Como trata-se da aplicação da teoria, sugere-se a leitura prévia do item 5.1.3 para melhor compreensão da metodologia

DIMENSÃO	PATOLOGIA / DESRESPEITO	DIMENSÃO AMEAÇADA
Afeto	Maus tratos, violação	Integridade psíquica
Direito	Privação de direitos, exclusão	Integridade social
Estima social	Degradação moral, injúria	Dignidade, honra

O próximo passo é mapear a situação da resistência e luta por reconhecimento, identificando:

- ✓ Participação em redes de apoio
- ✓ Relações de resistência à dominação e opressão
- ✓ Movimento social articulado

4.1.1 Desafios práticos da pesquisa com telenovela

Alguns desafios enfrentados ao longo do trabalho devem ser expressos aqui. Um deles é a dificuldade própria do objeto de estudo telenovela, apontada por alguns autores. Tratar cientificamente do cotidiano (e portanto, do banal) gera uma dificuldade referente ao estilo linguístico, com o cuidado de não se escrever uma outra novela, ou escorregar na linha tênue da pieguice e informalidade.

A fins de colaborar com quem deseja se aventurar na análise de telenovelas, devemos chamar atenção para os percalços que podem ocorrer quanto ao acesso aos capítulos, que não é algo fácil, pois eles são muitos e extensos, e nem sempre a internet ajuda. Pode-se pensar que seja simples, pois tudo na internet parece simples, mas costumam ocorrer imprevistos. Por exemplo, o Megaupload era depositário principal de muitos capítulos, e foi judicialmente bloqueado, tornando os capítulos indisponíveis. O site oficial, da TV Globo, só disponibiliza o capítulo na íntegra até o 365º dia após a exibição, ou seja, há um expurgo após um ano. Depois disto, é possível

encontrar fragmentos de cerca de 2 minutos, que não são práticos para o manuseio. Além disto, o site não permite que se armazene os capítulos, condição essencial para a pesquisa. O centro de Pesquisas de Telenovelas da USP pode ser uma boa fonte de pesquisa, mas deve-se assistir ou copiar o material no local, e algumas novelas antigas ainda não estão digitalizadas.

A internet ainda foi o meio mais prático encontrado. Alguns sites cobram uma mensalidade pelo acesso, e enviam os links por email, mas esta solução não se mostrou efetiva em duas tentativas realizadas. Muitas vezes os links não funcionam, ou levam a caminhos de divulgação e propaganda. No caso desta análise optou-se por baixar os 143 capítulos de aproximadamente 45 minutos cada um, num site gratuito, investindo-se num baixador de maior velocidade, que permitiu baixar cada capítulo em cerca de 15 minutos. O material a ser analisado deve estar pronto para exibição (na extensão correta, sem erros, ordenado cronologicamente). Também é necessário ter um protocolo mínimo quando estiver assistindo, com a descrição das cenas principais do episódio que se tornem fáceis de encontrar no futuro. Ao anotar falas importantes, é preciso identificar o personagem, o episódio e sua posição no contador de tempo, caso necessite rever a cena.

É preciso ponderar que será necessário um tempo considerável para assistir os capítulos, e aí poderão ser feitas algumas escolhas, como aumentar a velocidade de exibição (se pode ganhar 50% do tempo sem perder conteúdo) ou eleger uma mostra. Neste caso, optou-se por assistir a todos os capítulos, em velocidade aumentada, passando à velocidade normal nas cenas das protagonistas.

4.2 MATERIALIZAÇÃO DO [NÃO] RECONHECIMENTO DE MULHERES NO BRASIL

A justificativa para a escolha da temática da desigualdade feminina para esta pesquisa foi feita em função da realidade de desigualdade e dificuldade de

empoderamento que as mulheres enfrentaram historicamente e enfrentam ainda hoje. A seguir apresentam-se alguns dos indicadores que materializam a falta de reconhecimento, especialmente para as mulheres brasileiras.

De acordo com o último censo divulgado pelo IBGE, de 2011, as mulheres brasileiras representaram em 2011, 51,3% da população total, e 46,1% da população economicamente ativa (IBGE, 2012). Suas condições de vida são afetadas historicamente por três fatores principais: desigualdades de raça, de gênero, e de classe social, que não se excluem mutuamente. Estes três fatores irão restringir o acesso das mulheres a oportunidades como emprego, salário, representação política, distribuição do tempo livre, divisão de tarefas domésticas, bem estar, empoderamento, entre outros.

O desfavorecimento das mulheres coexiste com a história do Brasil desde o período colonial, que impôs uma supremacia europeia, branca e androcêntrica. As formas de preconceito racial, sexual e social que aí se originaram oprimem negros, mulheres e pobres, e, obviamente, ainda mais quem acumula estas categorizações (D'AVILA NETO, CAVAS, 2011).

Alguns poucos sinais de avanços nos últimos anos em relação à equidade de gênero no Brasil podem levar a uma ideia errônea de que este problema esteja bem encaminhado para resolução, como a eleição de uma mulher para a presidência da república, ou o aumento do acesso das mulheres à educação, comparativamente aos homens, em todos os graus.

De fato, a questão do nível educacional pode ser o sinal mais consistente de mudanças futuras. Segundo DIEESE (2009), a média de anos de estudos é de 9,5 para as mulheres e de 8,4 para os homens, e 60% dos concluintes do ensino superior são mulheres. Na pós-graduação a situação não é diferente. O gráfico 1, abaixo, mostra a

evolução feminina e masculina no grau de doutoramento, evidenciando uma clara inversão desde 2003, quando passou a haver mais doutoras que doutores.

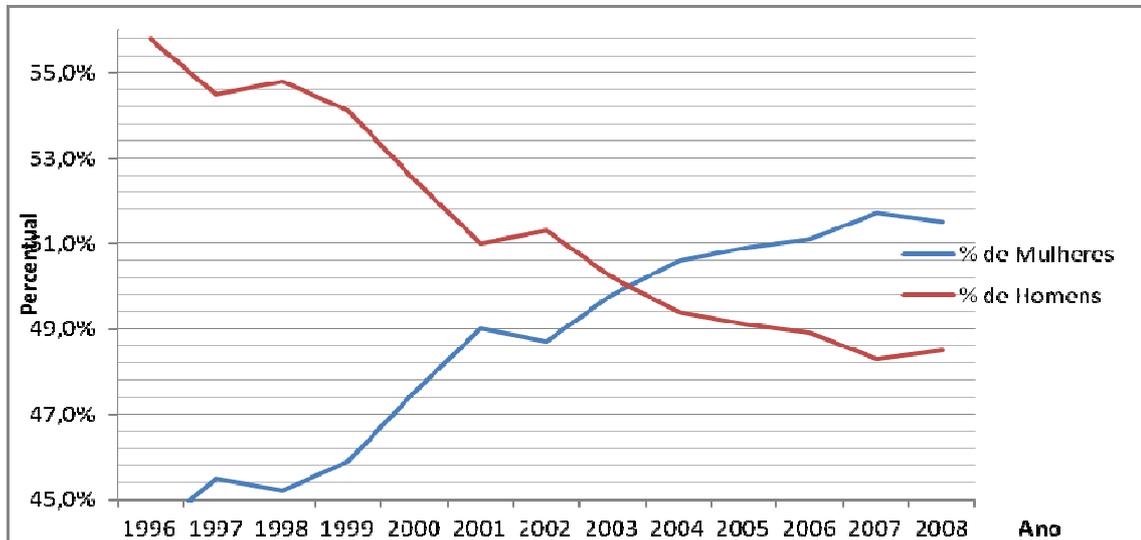


Gráfico 1 - Distribuição Titulados com Doutorado no Brasil por Sexo (1996-2008)

Fonte: Coleta Capes, MEC. Extraído de CGEE, 2010.

O crescimento paulatino da escolaridade feminina pode explicar o avanço, ainda que tímido, da participação das mulheres em todos os setores da economia. Comparando-se 2003 a 2011, a participação das mulheres subiu de 35,4 para 36% na indústria, 5,7 para 6,1% na construção, 38,2 para 48,6% no comércio, 37,3 para 42% em serviços prestados e empresas, 62,1 para 64,1 na administração pública. Entretanto, a prestação de serviços domésticos manteve-se em 94,8% ao longo dos oito anos pesquisados. Ou seja, as mulheres não deixaram o trabalho doméstico para ocupar outros postos, ou se o fizeram, foram rapidamente substituídas. Como a mesma pesquisa indica, para o mesmo período, um aumento da população ocupada feminina na faixa acima dos 50 anos, de 15,6 para 20,9%, mulheres presumivelmente de menor preparo escolar, talvez o serviço doméstico esteja sendo a porta de entrada para esta faixa etária no mercado de trabalho (IBGE, 2012).

Apesar deste avanço na área educacional e ocupacional, várias questões de reconhecimento ainda estão pendentes para as mulheres. Analisando sob a perspectiva de Honneth, de modo geral, ainda há muito que conquistar nas dimensões do Direito e da Estima Social para as mulheres.

Excetuando-se o trabalho doméstico e a ocupação como militar ou funcionário público estatutário, os homens ainda representam a maioria dentro da população ocupada, de 2003 a 2011 (IBGE, 2011). A proporção com carteira assinada no setor privado em 2011, era de 59,6% de homens e de 40,4% das mulheres. O rendimento médio real do trabalho das mulheres em relação ao dos homens aumentou nos últimos anos, tendo se mantido estável desde 2009 em 72,3% do que ganham os homens. Curiosamente, a diferença se agrava mais quando se compara apenas o grupamento com nível superior de educação. Além de ganharem mais, os homens também conseguem mais empregos que as mulheres. A taxa de desocupação entre as mulheres foi de 7,5% em 2011, enquanto a masculina foi de 4,7%. Entre as mulheres pretas e pardas, a taxa de desocupação em 2011 foi de 9,1%, enquanto entre as brancas foi de 6,1%.

Uma das questões que pode ser apontada no caso da desocupação feminina é a responsabilidade das mulheres com o cuidado de idosos, enfermos e crianças, que na maioria das vezes não contam com serviços públicos adequados e sobrecarregam as mulheres, impedindo seu acesso ao mercado de trabalho (BRASIL, 2011).

Se faz necessário mencionar ainda a prostituição feminina, especialmente de meninas e adolescentes, como opção de renda em espaços de extrema pobreza e precariedade de oferta de trabalho, até mesmo do informal (D'AVILA NETO e NAZARETH, 2005)

É preciso considerar que a desigualdade de gênero não afeta apenas as mulheres, e os impactos negativos que provoca para o desenvolvimento de toda a sociedade

justificam os estudos atuais sobre o tema. O Banco Mundial elaborou em 2012 um relatório mundial sobre desenvolvimento, com o título “Igualdade de Gênero e Desenvolvimento”. Além de defender a igualdade de gênero por sua importância humana intrínseca, o documento ressalta que a equidade de gênero permite uma economia inteligente e promove um aumento da produtividade geral, além de interferir na melhoria de vários outros resultados de desenvolvimento, nas gerações presentes e futuras. Mais precisamente, menciona que a igualdade de gênero está “no coração do desenvolvimento” (BANCO MUNDIAL, 2012:9). Entretanto, reitera que o desenvolvimento econômico não é suficiente para a redução das disparidades, sendo necessárias outras políticas corretivas.

Há uma ampla pesquisa que subsidia o relatório, realizada através de 500 grupos de discussão em 98 comunidades de 19 países, envolvendo 4.000 indivíduos, para investigar a forma como homens e mulheres vivenciam cotidianamente a desigualdade de gênero. Sendo 40% da mão de obra e 43% da força de trabalho global, o subaproveitamento da capacidade e potencial das mulheres gera perdas econômicas substanciais, que se multiplica por atingir também a seus filhos, sejam homens ou mulheres. O estudo apresenta uma série de dados que sugerem que a melhoria de qualidade de vida da mulher tem amplos impactos da vida de seus filhos, correlacionando-se à nutrição, educação, mortalidade, e até mesmo à altura física.

Além disto, segundo o Banco Mundial (2012), a presença da mulher nas questões públicas se torna imprescindível porque as decisões femininas coletivas são marcadas por uma maior preocupação social, ética e ecológica. Na esfera familiar, igualmente, o empoderamento feminino¹⁸ é determinante para a definição da alocação dos recursos familiares, sendo relacionados a uma melhor distribuição em favor dos filhos.

¹⁸ Empoderamento pode ser definido como “aumento de poder e autonomia pessoal e coletiva de indivíduos e grupos sociais nas relações interpessoais e institucionais, principalmente daqueles submetidos a relações de opressão, dominação e discriminação social” (VASCONCELOS, 2003, p. 20)

As famílias decidem quantos filhos ter e quando, quanto gastar com educação e saúde para filhas e filhos, como alocar diferentes tarefas (dentro e fora da família) e outras questões que influenciam os resultados de gênero.

As famílias fazem essas escolhas com base nas preferências, incentivos e restrições de diferentes membros da família e de acordo com a força da sua voz e seu poder de barganha. As preferências são moldadas pelos papéis de gênero, normas sociais e redes sociais [...]. (BANCO MUNDIAL, 2012:20)

Os resultados do relatório dão pistas para se compreender a questão material do reconhecimento. Homens e mulheres destacam a educação, a posse de bens, o acesso a oportunidades econômicas e de obtenção de renda como fundamentais para a melhoria de seu próprio bem estar e de suas famílias (BANCO MUNDIAL, 2012). A igualdade de gênero, definida pelas oportunidades econômicas, capacidade decisória e dotações é explicada através de uma engrenagem complexa que afeta o empoderamento feminino nos domicílios e na sociedade. Esta engrenagem é composta por três partes: pelos mercados (que gera demanda por qualificação, educação, ocupação) e pelas instituições formais e informais, que, por sua vez, se refletem no cotidiano dos domicílios. Os dados do Banco Mundial mostram que a desigualdade de gênero está presente em vários países, em diferentes graus, mapeada em quatro áreas prioritárias: a primeira, capital humano (mortalidade, educação); a segunda, oportunidades econômicas, rendimento e produtividade; a terceira, voz e capacidade decisória e a quarta, reprodução da desigualdade entre gerações.

No Brasil e na América Latina, coerente com a exclusão histórica, as questões de gênero mesclam-se e agravam-se com as questões de raça:

Na América Latina – e no caso específico do Brasil –, as desigualdades de tratamento e de oportunidades entre os homens e as mulheres são agravadas pelas práticas excludentes apoiadas na visão racista e etnocêntrica. Ou seja, há um contingente populacional significativo no país

sujeito a agressões, humilhações e outros tipos de violências cotidianas baseadas no gênero, na raça ou na etnia (BARSTED, PITANGUY, 2011).

Mas ainda que se considere a desigualdade de gênero algo típico de um contexto histórico latino americano, o Brasil ainda tem uma estatística pior. Segundo o Índice Global de Desigualdade de Gênero de 2011, do Fórum Econômico Mundial, o Brasil é classificado em 82º lugar em desigualdade de gênero entre 134 países analisados, aquém de outros países da América Latina, como a Argentina, em 24º lugar, e Peru, 44º lugar (HAUSMANN, TYSON, SAADIA, 2011). O índice é projetado para medir a desigualdade (hiato) do acesso a recursos e oportunidades das mulheres em relação ao dos homens, relativizando os países pela identificação dos maiores “gaps”.

Embora seja um fenômeno global, o que se percebe nos dados apresentados em várias pesquisas é que a disparidade parece ter encontrado um terreno fértil no Brasil, onde as desigualdades de gênero, raça e renda perpassam a história brasileira desde o período colonial e mantêm-se ainda hoje. Pode-se citar como desigualdades: a visão sexista da divisão do trabalho doméstico que impõe a dupla jornada de trabalho às mulheres; a segregação em guetos profissionais, como o de empregada doméstica, onde apenas 26,3% tem carteira assinada; a violência doméstica, com a agressão de 5 mulheres a cada dois minutos no país (BASTHI, 2011). Ainda o fato de que apenas 23,6% das mulheres chegam às diretorias de empresas no Brasil; pouca participação nos níveis de poder decisório na política e nas empresas¹⁹ (BARSTED, PITANGUY, 2011) e as mulheres deterem apenas 11% das terras, sendo suas propriedades menores que as dos homens (BANCO MUNDIAL, 2012).

Há outra questão apontada por Strey (1998), o fato de que não importa quem exerça o poder, ele permanece, simbolicamente, sendo um papel masculino. Dessa

¹⁹ “[...] tendo por base as 500 melhores e maiores empresas apenas três mulheres exerciam posição de presidente. Numa avaliação do Guia das 100 melhores empresas para trabalhar, as mulheres constituíam apenas 24% do universo de gerentes e 7,7% de diretores de primeiro escalão.” (BARSTED, PITANGUY, 2011: 77).

forma, algumas mulheres, para obter e manter poder ostentam características e atributos tipicamente masculinas, procurando até mesmo uma aparência física masculinizada.

Na questão da representação política, embora seja maioria do eleitorado nacional, com 51,2% da participação, nos espaços formais de poder, a participação total das mulheres é ínfima, como mostra a tabela abaixo, extraída de Matos e Marques (2010:5):

Poderes do Estado	Cargo/Mandato	Mulher		Homem		TOTAL
		N.A	%	N.A	%	
PODER LEGISLATIVO	Senador/Senadora	10	12,34	71	87,66	81*
	Deputada/Deputado Federal	45	8,7	468	91,23	513
	Deputada/Deputado Estadual/Distrital	123	11,61	936	88,39	1.059
	Vereadora/Vereador	6.556	12,65	45.252	87,35	51.808
PODER EXECUTIVO	Presidente da República	-	-	1	100,0	1
	Governadora/Governador	4	14,8	23	85,19	27
	Prefeita/Prefeito	418	7,52	5.141	92,48	5.559
PODER JUDICIÁRIO	Ministra/Ministro do STF	2	18,18	9	81,82	11
	Ministra/Ministro do STJ	4	12,12	29	87,88	33
	Ministra/Ministro do TST	1	5,88	16	94,12	17
	Ministra/Ministro do TSE	1	14,28	6	85,72	7
	Ministra/Ministro do STM	-	-	-	100,00	15

Quadro 2: Mulheres em Instâncias de Poder no Brasil - 2007
 FONTE: Matos e Marques, 2010

Apesar da lei de cotas garantir uma proporcionalidade de 30% das vagas para candidaturas femininas nos partidos políticos, este percentual não chega a se efetivar. As estatísticas de Candidaturas nas Eleições 2010 mostram que o percentual de mulheres mal chega a 20%, e a Lei de Cotas não foi cumprida por 82,6% dos partidos/coligações em todo o país (GOMES, 2010). A título de comparação, o gráfico abaixo traz a classificação do Brasil entre 141 nações no mundo, onde o Brasil ocupa a 117ª posição em termos de participação feminina nos parlamentos:

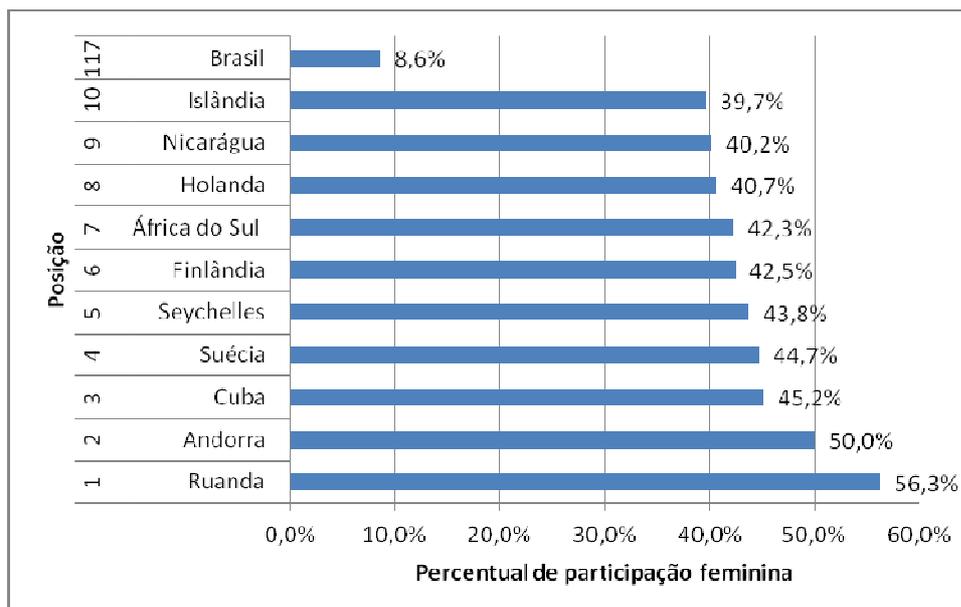


Gráfico 2 - Classificação mundial: mulheres nos parlamentos nacionais
Fonte: IPU, 2012.

A eleição da Presidenta Dilma Rousseff, em 2010, e a nomeação de nove mulheres ministras possivelmente irá trazer, em longo prazo, modificações na baixa representatividade feminina nas instâncias formais de poder, que entre 1936 e 2009 progrediu apenas 8 pontos percentuais, passando de 1 para 9% (MATOS, 2010).

Pode-se inferir que a falta de voz no espaço público esteja relacionada com a capacidade decisória da mulher nos domicílios, relacionadas fortemente (não exclusivamente) com questões materiais como rendimento próprio, posse de bens e capacidade de deixar o domicílio (BANCO MUNDIAL, 2012). Novamente, a engrenagem apontada pelo relatório do Banco Mundial faz sentido – onde giram, de forma interdependente, mercados, instituições formais e informais e domicílios.

A ONU Mulheres e a Cepia produziram um relatório com uma análise das transformações conjunturais que impactaram a vida das mulheres brasileiras de 2003 a 2010, denominado “O progresso das mulheres no Brasil”. Ele engloba avanços nas questões de direito, cidadania, política, trabalho e renda, violência, relações raciais, saúde, etnicidade, entre outros. A apresentação do relatório deixa claro que uma das

partes da “engrenagem” apontada pelo Banco Mundial – as instituições formais, e mais precisamente aqui o Estado – não tem alcance suficiente para melhorar a vida da maioria das mulheres, em especial as mais pobres, negras, indígenas e da zona rural, que ainda habitam a zona sombria da exclusão. Alguns marcos importantes para o cumprimento de garantias dos direitos das mulheres ocorreram no período estudado, como a criação da Secretaria de Políticas para as Mulheres, em 2002, e a aprovação da Lei Maria da Penha em 2006, mas os aspectos culturais apresentam-se mais difíceis de modificar que os normativos, que trazem a marca das ações de advocacy²⁰ dos movimentos de mulheres (BARSTED, PITANGUY, 2011).

Na dimensão do Direito, a especialização de leis e de serviços tem sido um dos meios encontrados para garantir às mulheres o acesso à justiça. Bons exemplos são a criação dos Juizados e Varas de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher e das DEMS – Delegacias especializadas no atendimento à mulher. A primeira DEMS, criada em 1985, foi fortemente influenciada pelos movimentos feministas e de mulheres, tem como bandeira a criminalização para o enfrentamento da violência e impunidade, e totalizam, em 2009, o número de 475 delegacias (OBSERVE, 2010).

No âmbito do trabalho, as empregadas domésticas, personagens principais da novela em análise nesta tese, somam 6,7 milhões de mulheres, constituindo-se como uma das maiores categorias de trabalhadoras do Brasil, e hegemonicamente negra. Ainda assim, dados de 2010 indicam que pouco mais de um quarto deste número (26,3%) possui carteira assinada (ÁVILA, 2010). Segundo Ávila, as características de preconceito e discriminação racial das relações de trabalho com esta categoria não pode ser indissociada historicamente da escravidão, carregando até hoje uma relação de servidão. Para D’Ávila e Cavas (2011), o emprego doméstico é uma perpetuação das ocupações das escravas, prendendo as mulheres a uma ocupação que a abolição da

²⁰ Advogar, negociar, praticar lobby por uma causa

escravatura não pôde libertar. Segundo o IBGE (2012), 14,5% das mulheres exerciam esta atividade em 2011, contra 0,7% dos homens.

Para Ávila, a presença maciça de mulheres empregadas domésticas reproduz a divisão sexual dos afazeres domésticos no uso do tempo social no cotidiano familiar. Segundo dados do IBGE de 2007, pouco mais da metade dos homens realiza afazeres domésticos (51,4%), contra 90% das mulheres. Esta desigualdade é sustentada pela noção de tempo produtivo, que afeta não só o empregado doméstico, mas a atribuição de valor social aos trabalhos domésticos prestados cotidianamente pelas mulheres. Na lógica capitalista, o tempo social valorizado é o tempo mercadoria, que pode ser comercializado em seu emprego na produção de mercadorias e mais valia. Assim, o tempo utilizado no trabalho doméstico é destituído de valor econômico e social (ÁVILA, 2010).

Este tempo não produtivo, não remunerado, ocupado maciçamente pelas mulheres, é chamado de tempo reprodutivo, e se apoia em construções sociais sobre papéis sociais de homens e mulheres. Apesar de sua desvalorização pela lógica capitalista, ele é de extremo valor social:

[...] as atividades domésticas, como o cuidado com a saúde, o preparo de alimentos, o cuidado cotidiano com a família, constituem também uma grande parte do trabalho realizado pela sociedade. Dessa forma, o trabalho reprodutivo pode ser entendido como algo para além da produção de bens e mercadorias: é, no fundo, o trabalho de manutenção da vida e reprodução das pessoas, o chamado trabalho da reprodução social (BRASIL, 2011:17).

A naturalização dos afazeres domésticos como papel feminino torna invisível a exploração que, neste caso, está fora do contexto das relações sociais de produção e geram desigualdade na divisão do tempo livre.

Nessa forma de exploração há, portanto, uma apropriação do tempo de trabalho das mulheres, e os homens são beneficiários diretos nessa relação que se constitui como uma base do sistema de poder patriarcal. A dominação/exploração no trabalho doméstico, que se faz através da apropriação do tempo de trabalho das mulheres, é uma exploração da capacidade de trabalho, da criatividade e do afeto (ÁVILA, 2010:70-71).

Conjugando gênero com classe social, sabemos que as mulheres com rendas mais altas delegam a outras mulheres esta tarefa, constituindo-se o emprego doméstico.

A desvalorização do trabalho doméstico é agravada pela crença de que as habilidades e competências requeridas para a tarefa são inatas das mulheres, não necessitando de especialização. Normalmente representa o primeiro trabalho para mulheres desfavorecidas pela falta de instrução e experiência. O fato de ser realizado de forma isolada dificulta a organização das trabalhadoras enquanto classe, e sua representação de interesses (VALENZUELA, 2009).

Estes são alguns exemplos de situações de privação de direitos, exclusão e degradação moral que precisam ser diagnosticadas, denunciadas e evitadas. Esta pesquisa tem o compromisso de colaborar minimamente neste intento.

4.3 CHEIAS DE CHARME

A novela *Cheias de Charme* foi exibida pela Rede Globo entre 16 de abril de 2012 a 28 de setembro de 2012, em 143 capítulos. Escrita por Filipe Miguez e Izabel de Oliveira, tem direção de Allan Fiterman, Maria de Médicis e Natália Grimberg, direção-geral de Carlos Araújo, direção de núcleo de Denise Saraceni, e supervisão de texto de Ricardo Linhares.

4.3.1 Núcleos

A novela trabalha como dois grandes núcleos, que expressam o antagonismo da trama, ricos e pobres, ou patrões e empregados, e podem ser explicados pelas suas locações. Uma locação é a comunidade de favela carioca chamada de Borrvalho, onde moram duas das protagonistas, Penha e Rosário. A segunda é um condomínio de luxo chamado “Casa Grande”, numa clara alusão à obra de Gilberto Freire, Casa Grande e Senzala, e sua análise das relações desiguais de poder no Brasil. Um dos blocos do condomínio, inclusive, leva o nome de Gilberto. Neste condomínio mora o núcleo rico da trama, assim como Cida, que é empregada numa das casas. Aí há também a Mercearia do Sr. Messias, que serve de ponto de encontro entre os personagens.

As imagens aéreas do Rio de Janeiro e a voz de Gentil Soares, que possui um programa de rádio e um de TV que falam sobre celebridades, funcionam como o amálgama que une os dois universos.

4.3.2 Protagonistas

A ordem em que são apresentados os personagens no site oficial da telenovela (fig. 2) dá uma ideia da hierarquia no protagonismo. Embora Chayene tenha um papel central na trama, o estudo não a incluirá, por representarem as outras protagonistas uma unidade mais lógica para o estudo.

Figura 2 - Início da apresentação dos personagens na página oficial da novela



Fonte: GLOBO, 2013

As protagonistas escolhidas se apresentam, a si próprias e ao público, na delegacia – são três Marias. Uma delas, Maria da Penha, ou Penha, foi por vontade própria, prestar queixa após ser agredida pela patroa, a cantora Chayene, no trabalho. Maria Aparecida, ou Cida, iniciou uma briga num clube noturno, onde surpreendeu seu namorado com outra, após uma discussão em que ele a acusava de se deixar ser abusada pelos patrões. Maria do Rosário, ou Rosário, participou de uma briga com a colega de trabalho, que tenta lhe dificultar as ambições de deixar a ocupação de cozinheira para ser cantora. No calor da discussão, o camarim do cantor Fabian foi destruído. Providencialmente, a situação de trabalho perpassa as três histórias iniciais, uma vez que as três tem a mesma ocupação: empregadas domésticas.

Na delegacia, as três protagonistas, que ainda não se conheciam, acabam sendo presas por desacato à autoridade. Na verdade, a prisão ocorre quando reclamam justamente de uma situação que consideram de injustiça. Elas estão esperando há muito tempo para serem atendidas, e outra mulher (uma “madame”), de aparente situação financeira melhor, é atendida antes, “furando” a fila. “Não é justo, tem que ser por ordem de chegada”, fala Cida. “Ela está entrando antes só porque é madame e a gente é empregada?” diz Penha. “Pelo visto, rico aqui tem tratamento diferenciado”, diz Rosário. “Xilindró para as três”, é o que diz (e faz) o delegado.

Ao final da cena, após compartilharem suas histórias, fazem um pacto, “dia de empreguete, véspera de madame”, “uma por todas, todas por uma”. A parceria acaba rendendo uma brincadeira, uma gravação de um clipe chamado de *Empreguetes*, em que deboçam das patroas e que acidentalmente vai parar na internet e se torna um sucesso midiático.

O clipe *Empreguetes*, gravado nas dependências da mansão de Chayene, as torna famosas, mas também as faz serem processadas, sob falsa acusação de roubo. Com a pressão do público, elas tem a chance de fazer um acordo para se livrarem da prisão.

Após se tornarem um fenômeno de audiência como cantoras, a música Maria Brasileira se torna o emblema do grupo:

Maria brasileira
De tudo, sou capaz!
Maria verdadeira
Tudo que você fizer, eu faço mais.

Maria sem-vergonha
Marias sensuais
Maria vai-com-as-outras
Quero ver você fazer o que ela faz.

Somos as Marias que sonhamos
Que arrumamos e limpamos
A bagunça que eles fazem.
Somos três estrelas disfarçadas
De Marias empregadas
Ao redor da malandragem.

[...]
Maria na pia
Maria na feira
Maria falando e escutando besteira
Maria fingindo que não entendeu
Os olhares de alguém.
Maria cantando
Maria dançando
Maria esperando o amor que não vem
Maria lutando
Maria querendo ser rica também.

[...]

Elas fazem sucesso e ficam ricas, mas acabam separadas graças às intrigas de Chayene e sua assistente, Maria do Socorro. No final da trama, voltam a ficar juntas.

4.4 APRESENTAÇÃO DO PERFIL DAS PROTAGONISTAS

Neste perfil se inclui Características Pessoais [idade, cor, religião, classe econômica, grau de instrução, ocupação]; Características Familiares [filhos, estado civil, chefia da família, moradia (quem), condições de moradia] e História [trajetória afetiva e trajetória social]

4.4.1 Penha



Características Pessoais

Com “nome de lei” que protege as mulheres da violência, Maria da Penha é descrita na página oficial como “típica heroína brasileira”. Bonita, bem humorada, segura e brigona.

Penha tem 34 anos, negra, sem religião declarada, embora recorra com muita frequência à expressão “meu pai”. Não teve muito estudo, começou a trabalhar cedo e desde garota é arrimo de família.

É empregada doméstica, queria ser Enfermeira quando criança, mas não ambiciona outra ocupação na vida adulta. Tem um certo negativismo, expresso em frases como: “Meu futuro é negociar dívida de cartão”, ou “tava ruim, sempre pode piorar”, embora lide com as dificuldades que surgem com bom humor.

Características familiares atuais

Penha mora na favela, com o pedreiro Sandro, com quem teve seu único filho, Patrick, e com dois irmãos: Elano, que está se formando em Direito, e Alana, jovem que cursa o ensino médio. É a chefe da família, e desde o primeiro capítulo pede a colaboração do marido e se diz cansada de arcar com tudo sozinha. Preocupa-se com o salário que não cobre as contas do fim do mês e com as dívidas que se acumulam.

História

Penha era menina quando sua mãe abandonou ela, um irmão de nove anos e uma irmã de dois anos. É a mais velha dos três irmãos, cada um de um pai, e nenhum dos três parceiros da mãe manteve qualquer contato com os filhos. Com a ajuda de vizinhos para olhar os irmãos, Penha sempre trabalhou, preocupada em dar educação e princípios éticos e morais a seus irmãos. Costuma acumular empregos e ocupações, e consegue fazer “um puxadinho cinco estrelas” para alugar e aumentar a renda.

Casa-se com Sandro, que é o estereótipo do malandro carioca, está sempre procurando um atalho para ganhar dinheiro, e vive provocando confusões, que acabam envolvendo Penha. É chamado por Penha de “encosto”.

Trabalhou seis anos para a cantora de tecnobrega Chayene, que tem fama de temperamental e de maltratar seus colaboradores. Ao passar por uma situação de humilhação, Penha contém seus ímpetos e procura a justiça para processar a

patroa. É pressionada a retirar a queixa, ameaçada pelo poder e dinheiro de Chayene.

Quando o clipe musical com as Empreguetes vira um sucesso, Penha torna-se uma celebridade, mas isto não afeta suas prioridades. A primeira coisa que faz é uma reforma na casa, pois não deseja mudar-se da comunidade. Fica em conflito quando os compromissos artísticos ameaçam sua presença na família.

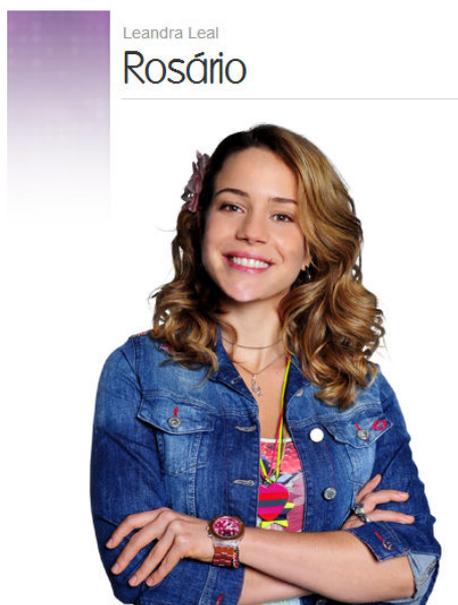
Com algum esforço, Penha consegue se desvincular de Sandro, e tenta por duas vezes outro amor, mas acaba voltando para Sandro. Ele aprende a lição e se torna admirado pela comunidade, por seu filho e por ela, não por obter dinheiro, mas por contribuir com o coletivo.

Após o rompimento das Empreguetes, Penha vira consultora de um escritório de advocacia especializado em causas sociais, onde se dedica a conscientizar a sociedade sobre os direitos das empregadas domésticas.

Independente da carreira de Empreguete, sua família mostra sinais de ascensão social, com o irmão concluindo o curso de Direito.

Ao final da trama, o grupo Empreguetes retorna suas atividades.

4.4.2 Rosário



Características Pessoais

Jovem, branca, classe média. Inicia a trama como cozinheira de um Buffet, teve oportunidade de estudar para esta ocupação.

Características familiares

Rosário é solteira, sem filhos, mora com o pai adotivo, que é o chefe da família.

História

Rosário ficou órfã quando tinha um ano de idade, depois que a família morreu numa enchente. Morou num orfanato até os 10 anos, quando foi adotada por Sidney, um garçom que a viu cantar numa festa. Sonha em ser cantora e já fez várias tentativas neste sentido, até então sem êxito.

Após ter se educado para isto, é uma cozinheira reconhecida, mas não dá valor a isto. Utiliza de seus talentos como cozinheira para se aproximar do mundo artístico. Tem momentos de dúvida e se angustia se seu sonho de ser cantora é apenas ilusão.

É uma “fabianática”, uma fã incondicional do cantor Fabian, para quem fez praticamente um santuário no quarto. Se apaixona por Inácio, uma espécie de sócia de Fabian, que não gosta desta semelhança com o cantor, nem do envolvimento de Rosário com o mundo artístico.

Ao se tornar parte do grupo Empreguetes, acaba rompendo com Inácio.

É o principal alvo da rivalidade da cantora Chayene, que graças a uma profecia acredita que Rosário irá lhe roubar o sucesso.

Por achar que as duas colegas não são profissionais o bastante e que priorizam questões pessoais em detrimento do trabalho, Rosário rompe com as Empreguetes e vai tentar carreira solo. Obtém sucesso, mas se decepciona com as relações que caracterizam o meio artístico e sente falta das amigas. Consegue re-unir as Empreguetes e se reconciliar com Inácio.

4.4.3 Cida



Isabelle Drummond

Cida

Características Pessoais

Cida tem 19 anos, branca, católica. É estudante e arrumadeira. Não tem recursos financeiros, pois recebe apenas uma mesada.

Características familiares

Cida é solteira, sem filhos, mora na mansão dos patrões. É filha de uma arrumadeira da casa, e perdeu os pais cedo, quando sua madrinha, uma cozinheira da casa, assumiu sua guarda.

Inicia a trama namorando com Rodinei, que questiona sua posição ambígua na casa dos patrões.

História

Cida sempre morou na casa da família Sarmiento, onde ficou órfã. Por isto, cresceu numa situação de ambiguidade de papéis e de afetos, meio empregada e meio da família, conforme a conveniência, e está conformada com esta situação até que seu namorado, Rodinei, começa a questioná-la: *“Você é da família? Você come com eles na mesa?”*.

Possui uma intuição que tem “um futuro”, só não consegue visualizar como. Quer fazer Jornalismo.

Após uma traição, Cida rompe com Rodiney e é conquistada por Conrado, um rico e inescrupuloso herdeiro que acredita que ela seja da família Sarmiento, o que

Cida não desmente. Cida é traída pela “meio irmã”, Isadora, filha dos Sarmento, que não só conta sobre a farsa como acaba lhe roubando Conrado, com a conivência de toda a família.

Quando o clipe das Empreguetes fica famoso, a família Sarmento se sente ofendida, cobra gratidão de Cida, e a força a se humilhar como parte de um acordo para livrá-la da prisão. Findo o acordo, fica rica e famosa, e a situação se inverte, pois o Sarmento vão à falência e humilhação pública graças às falcatruas de Conrado e seu sogro.

Dr. Sarmento forja um exame de DNA e convence Cida de que é seu pai e quer se redimir. Ela retorna para a mansão como sua filha, e volta a namorar Conrado. Elano, que a corteja, consegue lhe provar as más intenções de Dr. Sarmento.

Vai morar com sua Madrinha, cozinheira dos Sarmento, e com o tempo, rompe com Conrado ao perceber que ele não mudou, continua o mesmo preconceituoso que terminou com ela por ser empregada doméstica.

Cida é leitora de romances, que usa como um escapismo, assim como o faz com um diário que escreve há muito tempo, direcionado à mãe morta. No final torna-se escritora, conscientizando sobre os direitos das empregadas.

4.5 ESTRUTURA DAS RELAÇÕES SOCIAIS DE RECONHECIMENTO

A fim de mapear as histórias de reconhecimento das protagonistas da telenovela Cheias de Charme, vamos analisar neste tópico como se apresentam, na narrativa, as dimensões apontadas por Honneth de Afeto, Direito e Estima Social, procurando identificar que modelo de reconhecimento é proposto ao público, e suas articulações políticas, culturais e sociais.

Pode-se dizer que as histórias das protagonistas são três histórias que, a princípio, poderiam incitar a luta por reconhecimento. Se de fato, a narrativa ficcional fará suas protagonistas trilharem esta luta, é o que a pesquisa verificará.

No quadro resumo abaixo, podemos visualizar quais categorias das três dimensões do reconhecimento se fazem importantes na trama para cada uma das três protagonistas. A seguir, se analisará cada dimensão.

DIMENSÃO	CATEGORIAS A PESQUISAR	PENHA	CIDA	ROSÁRIO
AFETO Autoconfiança	✓ Relações primárias de afeto			
DIREITO Autorrespeito	✓ Atuação política			
	✓ Cidadania			
	✓ Posse de bens materiais (bem estar)			
	✓ Trabalho [emprego]			
ESTIMA SOCIAL Autoestima	✓ Estudo			
	✓ Saberes			
	✓ Desejos e conquistas			
	✓ Corporalidade			
	✓ Noção de status			
	✓ Profissão [carreira]			

Quadro 1 – Categorias de reconhecimento por protagonista

Fonte: pesquisa primária

4.5.1 Dimensão do Afeto

DIMENSÃO	CATEGORIAS A PESQUISAR	PENHA	CIDA	ROSÁRIO
AFETO Autoconfiança	✓ Relações primárias de afeto			

As três protagonistas teriam um cenário propício para desenvolver problemas com as relações primárias de afeto, que são as que estruturam os outros tipos de reconhecimento, segundo Honneth. Penha foi abandonada pelos pais com dois irmãos para cuidar. Cida ficou órfã cedo e foi criada/explorada pelos Sarmento. Rosário viveu

num orfanato até os 10 anos. Mas ao longo da trama, apenas para Cida estas relações primárias se colocam como o centro de seu drama de reconhecimento. Para Penha e Rosário, parece que este aspecto é negado, destituído de importância.

Embora Rosário seja órfã, em nenhum momento da trama este fato é abordado, exceto para relembrar o momento de seu encontro com seu pai adotivo, e as circunstâncias deste encontro, que envolvem a música, pois Rosário estava cantando naquele momento. Apesar de parecer não ser uma questão importante para Rosário, no final da trama, ela funda um orfanato.

Penha ou seus irmãos também pouco falam de seus pais. O fato é apenas mencionado para justificar um certo heroísmo de Penha, por ter cuidado dos irmãos sozinha.

Já Cida, meio adotada, meio explorada pelos Sarmiento, foi criada na casa com as duas filhas dos proprietários, e sua identidade e reconhecimento familiar e social ficaram confusos. Em certo momento, após o sucesso, ela volta a morar na mansão de que foi expulsa e humilhada, e explica porque voltou: “eu preciso entender meu lugar no mundo”. Ela é chamada em pontos diferentes na trama de “Maria Desaparecida”, “Maria Mal-agradecida”, “Maria Enriquecida”, como se sua identidade fosse móvel, e dependesse de sua relação circunstancial com os Sarmiento. É crucial para Cida entender se de fato há afeto por ela na família Sarmiento ou se é apenas uma empregada. Ao final da trama, após Dr. Sarmiento forjar um exame de DNA para ter acesso ao dinheiro de Cida, ela compreende que seu lugar era de empregada, e resolve abrir um processo contra abuso de trabalho infantil contra os Sarmiento.

Cida explica que o que a fez finalmente decidir processar os Sarmiento na justiça do Trabalho foi o fato de desvendar (erroneamente, se descobrirá mais tarde) que Dr. Sarmiento era seu pai. Ela conseguia relevar um patrão que desrespeitava seus direitos, mas não admite que um pai tenha tal descaso com a filha. “É muito desamor, né?”. No fundo, o que motiva o processo trabalhista é o abandono afetivo.

Para Cida, a dimensão do Direito e da Estima social de seu drama de reconhecimento servem apenas para ajudá-la a lidar com a dimensão do afeto, pois representam um modo de ser amada e aceita pelos Sarmento.

4.5.2 Dimensão do Direito

DIMENSÃO	CATEGORIAS A PESQUISAR	PENHA	CIDA	ROSÁRIO
DIREITO Autorrespeito	✓ Atuação política			
	✓ Cidadania			
	✓ Posse de bens materiais (bem estar)			
	✓ Trabalho [emprego]			

A dimensão do Direito envolve aspectos que não foram explorados ao longo da trama das protagonistas, como atuação política e cidadania, de teor mais coletivo. Outros aspectos desta dimensão são a posse mínima de bens materiais, trabalho.

Para Rosário e Cida, as questões de autorespeito não parecem importantes. A categoria de trabalho poderia ser um problema para Cida, mas ela não o vivencia deste modo. A princípio, não está claro para Cida que ela apenas trabalha na casa dos Sarmento, uma vez que lá também é o único “lar” que conhece.

Na dimensão do Direito está o cerne das questões de reconhecimento para Penha, mais especificamente na questão do bem estar como posse de bens materiais e garantia mínima de direitos de trabalho. Ela não tem sonhos para si além de pagar as despesas que mantém sua família. No primeiro capítulo, quando Cida e Rosário expõem seus sonhos, Penha diz que seu futuro é “negociar dívidas de cartão de crédito”, e precisa ser convencida pelas outras a fazer o pacto “Dia de empregue, véspera de madame”. Se poderia dizer que Penha está preocupada com a questão material, e, mais do que conquistar, em oferecer uma boa vida a seus irmãos.

Seu maior orgulho é a formação profissional e ética do irmão Elano, uma espécie de alter ego idealizado de Penha. Assim que ele se forma em Direito, ainda sem a carteira da OAB, passa a ser um instrumento de Penha para exigir justiça. No final da trama, Penha passa a trabalhar com o irmão num escritório de advocacia, auxiliando a conscientizar empregadas domésticas e patrões sobre direitos e deveres trabalhistas da classe.

Como é arrimo de família desde menina, para Penha, este reconhecimento está ligado principalmente à questão material, ela não tem grandes ambições além de tranquilidade e segurança financeira para seus familiares, com a condição de serem obtidos com princípios de ética e honestidade. Este reconhecimento se materializa em conquistas como o “puxadinho” que conseguiu construir para alugar, na casa reformada, na formatura de seu irmão Elano, numa escola melhor para sua irmã Alana.

Um dos principais obstáculos para que obtenha o reconhecimento que deseja nesta dimensão é a falta de apoio do marido, o que é agravado por atos inconsequentes de Sandro, que geram prejuízo e vergonha para Penha, como o envolvimento com agiotas, e pequenos golpes que não dão certo. Além disto, a relação de Penha com as patroas é complexa e inconstante, gerando sua rotatividade nos empregos, e frequente instabilidade. Chayene a agride, o marido de outra patroa a assedia, uma outra viaja e a dispensa, e assim Penha vai trocando de emprego.

Outro ponto importante de reconhecimento para Penha é a questão da ética e da justiça. Ela preocupa-se com a questão financeira, mas abre mão de ganhos monetários se algo comprometer sua honestidade. Ela também tem a chance de casar-se com um dos homens mais ricos do Brasil, mas prefere dispensá-lo por falta de interesse amoroso.

A ética nos relacionamentos também é fundamental para manter sua rede de apoio, é uma amiga com que todos podem contar, e que desfruta da solidariedade dos seus vizinhos e amigos.

4.5.3 Dimensão da Estima Social

DIMENSÃO	CATEGORIAS A PESQUISAR	PENHA	CIDA	ROSÁRIO
ESTIMA SOCIAL Autoestima	✓ Estudo			
	✓ Saberes			
	✓ Desejos e conquistas			
	✓ Corporalidade			
	✓ Noção de status			
	✓ Profissão [carreira]			

A questão da corporalidade não foi mencionada na história das três protagonistas. As outras categorias aparecem apenas para Cida e Rosário, embora por motivos diferentes.

Para Cida, obter estima social não é seu foco principal, é apenas um modo de ser aceita pelos Sarmiento. Com o objetivo da aceitação, planeja fazer um curso superior e frequenta um cursinho preparatório para mudar de profissão. Os desejos e conquistas, neste caso, são um modo de obter o afeto desta família, sua questão principal. Apesar de todas as humilhações sofridas, depois de obter fama e sucesso, ela aceita voltar à casa dos agora falidos e desprestigiados Sarmiento, como um membro (ainda que rejeitado, mas suportado por seu dinheiro) da família.

Para Penha, focada na sobrevivência, esta não é uma preocupação. A estima social não parece ser algo importante para ela, entretanto é algo que deseja para seus irmãos e para o filho. Descrita no site oficial como heroína brasileira e encabeçando a lista de personagens como protagonista principal, Penha é a abnegada, é a que esqueceu de si e está tão preocupada com a rotina e sobrevivência que esquece de ter sonhos para si mesma.

Quando começa um romance com um ex-namorado de Lígia e tem dificuldades de assumi-lo para não magoar a amiga, ouve dele uma descrição de si própria que a faz refletir: “Você ficou cuidando dos outros e abriu mão dos seus sonhos, ignorou seus

desejos e quando a felicidade está aqui, ó, na tua mão, você fica assustada, você tem culpa, acha que você está sendo egoísta, que o certo mesmo é se sacrificar por todo mundo” .

Já para Rosário, o drama do reconhecimento parece estar principalmente ligado à dimensão de Estima Social. Seu principal anseio é a consolidação de sua carreira como cantora, um pouco talvez para corresponder às aspirações do pai, um apaixonado por música. Ela foi adotada após ter impressionado o pai adotivo ao cantar num orfanato, e passou a ser chamada por ele carinhosamente de “minha estrelinha”. O pai torna-se desde então seu principal incentivador, e a “ensina a sonhar”. Diz não estar preocupada com a fama e dinheiro, que estes são apenas consequências de ter êxito com sua arte. Entretanto, neste ponto, a construção da personagem é frágil, pois sua principal referência na carreira musical é Fabian, um famoso cantor de tecnobrega, que constrói sua carreira de forma inconsistente e superficial, administrando sua fama com boatos, sedução corporal e jogadas de marketing. O ídolo de Rosário parece se importar mais com a fama e dinheiro do que com a arte.

Rosário é reconhecida por seus talentos culinários, que levam as pessoas a chamá-la de artista, mas isto não lhe basta, ao contrário, a irrita e limita. Apesar de a mensagem social da telenovela ser a de valorizar o trabalho doméstico, Rosário e seu pai demonstram preconceito quanto à ocupação laboral. Rosário deixa claro que cozinhar não é algo ao qual se ambicione, quando questiona o pai: “futuro como cozinheira, pai?”. Para o pai, cozinhar num Buffet ou restaurante é algo de mais valor que cozinhar numa casa: “não te eduquei para isto”, ele diz abalado quando Rosário comunica que irá cozinhar na casa de Chayene.

Para atingir seu objetivo, Rosário planeja contar com a conquista da estima de seus pares, e se aproxima deles na tentativa de ter uma chance de impressioná-los. Para isto, aceita trabalhar na casa de Chayene, apesar de saber dos maus tratos a que esta submete seus empregados.

4.6 ESTRUTURA DAS RELAÇÕES SOCIAIS DE DESRESPEITO

Honneth considera que as experiências de desrespeito levam ao adoecimento das dimensões do reconhecimento. São patologias que podem ameaçar a integridade psíquica, social, ou a dignidade e a honra, e mobilizam a luta por reconhecimento.

Presume-se que a história das três mulheres, três “marias brasileiras”, pudesse retratar de forma exemplar a trajetória de três brasileiras típicas, e suas “lutas”. A escolha do trabalho doméstico, o principal gueto de trabalho feminino como ocupação das três, também cria a expectativa de que se falará de questões tipicamente femininas no Brasil, com foco nas relações de trabalho.

Numa leitura desatenta, estas promessas parecem ter sido cumpridas minimamente. Mas numa leitura mais atenta, vemos que estes temas são negligenciados na trama. A desigualdade feminina no Brasil é afetada historicamente por três fatores principais: desigualdades de raça, de gênero, e de classe social. A ocupação do emprego doméstico acumula as três: a empregada doméstica típica é mulher, negra, e pobre. A narrativa enfoca apenas um destes aspectos, a questão da classe social, e de maneira indireta e superficial, através do sonho de mobilidade social. Em nenhum dos três casos a pobreza é uma realidade a modificar. A negritude de Penha é completamente ignorada na novela, e as questões de gênero são naturalizadas e não questionadas.

Dois núcleos principais predisõem as protagonistas sistematicamente ao desrespeito: os ricos (moradores do Condomínio Casa Grande) e os famosos, do mundo artístico. Ambos exercem assimetria de poder em relação aos anônimos e pobres. De modo geral, o que ocorre são situações de humilhação ou manipulação do comportamento, onde os desrespeitados são confrontados com sua impotência e precisam se submeter. Mas em outras vezes não há um rosto do praticante do

desrespeito, são as condições a que são submetidas as personagens que as levam a ser desrespeitadas.

Na dimensão do afeto, que envolve maus tratos e violação à integridade psíquica das protagonistas, podemos citar como exemplo as seguintes ocorrências: Penha sofre maus tratos físicos de sua patroa, assim como psicológicos, que ela denuncia na justiça; Cida vivencia uma situação de abuso psicológico por parte de seus patrões, que a tratam de forma ambígua, ora como empregada, ora como um ente de segunda categoria da família, conforme conveniência;

Na dimensão do Direito, que envolve privação de direitos, exclusão e ameaça à integridade social, citam-se como exemplo: As três protagonistas denunciam a forma desigual como são tratadas na delegacia, mas são presas por isto; Cida é explorada na casa onde trabalha como empregada sem receber salário, e processa os patrões; Penha procura a justiça por ter sido mal tratada pela patroa; Penha não recebe ajuda do marido para manter a casa e o filho e pede pensão alimentícia a Sandro.

Na dimensão da Estima Social, envolvendo degradação moral e injúria que ameaçam a dignidade e a honra, podemos citar: Rosário precisou vender a música para salvar o pai, e não tem sua autoria reconhecida; Cida é humilhada na frente dos convidados Sarmiento, precisando servir humildemente no noivado de Conrado, que a traiu com a agora noiva; As empreguetes são acusadas falsamente de roubo na casa de Chayene; Penha é acusada de traição por Lígia, ao não contar que foi assediada por seu marido Alejandro; Chayene, para mostrar o anonimato de Rosário e ressaltar sua própria fama, faz questão de demonstrar que não lembra seu nome, e lhe chama de Rosalba, Roxane, e outros mil nomes. O reconhecimento só é feito no último capítulo, quando Chayene não só acerta seu nome, em público, como reconhece seu talento como cantora.

Com Rosário, não há uma situação específica de desrespeito, de degradação moral e injúria. Os momentos que a incomodam mais, na verdade, vem de um reconhecimento que não lhe interessa, às suas habilidades como cozinheira, que a

ofendem por não corresponderem ao reconhecimento que deseja para si, como cantora. Neste caso, embora não haja a situação patológica de desrespeito, a autoestima de Rosário fica comprometida.

Mas o que parece ser o motor da trama, o cerne da vivência de desrespeito é o fato de serem empregadas – é desta situação que as três querem se livrar. E não é uma questão social, um incômodo pelo fato de existir a situação desigual onde algumas mulheres fazem o socialmente desvalorizado trabalho reprodutivo para outras, que desfrutam de melhor situação financeira. Isto fica claro no pacto inicial, onde as três Marias expressam o desejo de serem madames (e, conseqüentemente, também ter suas próprias empregadas). Preferencialmente, tendo as patroas como suas empregadas (Querida ver a madame aqui no meu lugar”).

A situação de Rosário pode ser apontada mais claramente como um exemplo da grande questão que atravessa a novela todo o tempo: o status e reconhecimento ligado à profissão e ocupação. A questão do trabalho se mostra essencial para a identidade. No primeiro encontro, ao se apresentarem na Delegacia, apenas Penha assume sua condição de empregada doméstica. Cida se declara estudante (e também arrumadeira) e Rosário se declara cantora (e “cozinheira nas horas vagas”). Ao longo da trama, Cida começa a namorar um rapaz que não sabe que ela é empregada doméstica, e prefere terminar o relacionamento a contar.

Para Honneth (2008), a maioria da população estrutura sua identidade a partir do papel que desempenha no mundo laborativo, mais intensamente depois da entrada das mulheres no mercado de trabalho. Entretanto, o autor denuncia que a teoria social se afastou do debate público neste âmbito, que contempla o que ele chama de “reais necessidades da população” (2008, 47). Para Honneth, a teoria social não conseguiu se aproximar devidamente da problemática do trabalho de forma realista. Este afastamento não se daria por má vontade ou oportunismo, mas por algo como uma desistência, um reconhecimento, por parte da teoria social, de sua “inutilidade

temporária” devido ao profundo abismo entre uma expectativa teórica utópica e emancipatória do trabalho, das reais relações de trabalho capitalistas.

As ocupações de menos prestígio funcionam como uma espécie de xingamento ao longo da trama. No calor das discussões, as referências a “entregador”, “empregada”, “cozinheira”, “pixador” são feitas em tom de menosprezo e deboche. Os personagens desenvolvem estratégias para ganhar mais prestígio e poder, como trabalhar para alguém famoso e poderoso, ou modificar o nome da ocupação para torná-la mais glamourosa. O termo “personal”, designando um profissional exclusivo e íntimo de seu cliente ganha destaque de forma bem humorada. Maria do Socorro, (outra Maria paralela na trama), também empregada doméstica, uma piauiense em busca de sucesso no Rio de Janeiro, faz loucuras para tornar-se “personal colega” de Chayene e impressionar seus conterrâneos da pequena e pobre cidade de Sobradinho. Não se importa de passar por humilhações, e se oferece para isto, dizendo que não há “capacho melhor” que ela.

O próprio termo “empreguete”, uma corruptela de empregada com “periguete”, funciona neste sentido, emprestando sensualidade e anunciando um certo risco calculado das patroas em tê-las por perto. Elas não são inofensivas. Como alguém que é necessário para o bom funcionamento da rotina doméstica, que circula pela casa e conhece vários segredos, carregam perigo e poder. Há também um tom vingativo na escolha do termo. Em vários momentos da trama este risco se torna real, seja de forma não provocada (como quando o marido de uma patroa sente-se atraído pela empregada, ou quando a vida da patroa sem empregada se torna um caos) seja de forma calculada (como se pôde acompanhar nas várias vezes em que Socorro serviu de espiã e sabotadora na casa alheia a mando de Chayene). Ela própria, Socorro, a autodeclarada melhor bajuladora que pode existir, é corrompida pela inveja e tenta destruir Chayene, sua patroa e ídola.

O clipe das empreguetes, em si, foi uma reação às situações de abuso que vivenciavam naquele momento com suas patroas, e teria sido divulgado

vingativamente de forma imediata pelas empreguetes, não fossem os cuidados de Elano, que atentou para os aspectos legais da situação, uma vez que o vídeo foi feito na casa da cantora Chayene, sem sua permissão. Ele ilustra o antagonismo entre patroas e empregadas:

Todo dia acordo cedo moro longe do emprego
 Quando volto do serviço quero meu sofá
 Tá sempre cheia a condução
 Eu passo pano encero o chão
 A outra vê defeito até onde não há

Queria ver a madame aqui no meu lugar
 Eu ia rir de me acabar
 Só vendo a patroinha aqui no meu lugar
 Botando a roupa pra quarar

Minha colega quis botar aplique no cabelo dela
 Gastou um extra que era da parcela
 As filhas da patroa a nojenta e a entojada
 Só sabem explorar não valem nada

Queria ver a madame aqui no meu lugar
 Eu ia rir de me acabar
 Só vendo a cantora aqui no meu lugar
 Tirando a mesa do jantar

Levo vida de empregueite eu pego ás sete
 Fim de semana é salto alto e ver no que vai dar
 Um dia compro apartamento viro socialite
 Toda boa vou com meu ficante viajar

Ao mesmo tempo em que demonstra poder, o termo *empregueite* também é depreciativo, sugerindo formas escusas (e sexualizadas) de conseguir sucesso. Talvez pelo receio dos produtores da telenovela de provocar o descontentamento e ofender moralmente a classe das empregadas domésticas, o público mais cativo desta telenovela, este potencial sedutor não é posto em prática de maneira deliberada por nenhuma das empregadas. Ao contrário, na casa da Dra. Lígia, que tem um lindo marido espanhol atraído por “uniformes”, nenhuma empregada permanece, preferem

sair da casa a cair em tentação, o que revela o quanto elas são éticas e profissionais. Apenas Brunessa sucumbe aos encantos de Alejandro, mas ela não conta neste sentido, pois é uma “ex-perigete” tentando fazer um “bico” de empregada. Para fazer a cena de Alejandro conseguindo seu intento de seduzir uma empregada, a trama providenciou para que Brunessa substituísse a empregada original de Lígia por uma tarde apenas, o suficiente para ocorrer a sedução.

Talvez em nenhum outro lugar os opostos da dialética marxista das relações de produção entre proprietários e proletários se mostre tão perversa como na situação do trabalho doméstico, uma vez que a confusão de papéis e expectativas deixam desprotegida a relação de trabalho e predispõem ao conflito. Além disto, a convivência íntima e diária traz a vivência da desigualdade social para o cotidiano, e para a relação pessoal, agravada pela falta de cordialidade e confiança nas relações. Uma das músicas tema fala: “Maria lutando, Maria querendo ser rica também”.

4.7 LUTA POR RECONHECIMENTO OU IDEOLOGIA?

Para Honneth (2003), a resistência e a luta por reconhecimento se dão através da oposição às relações de dominação e opressão. Quando se associa à participação em redes de apoio e de Movimento social articulado, a luta se transforma em luta social.

No caso da narrativa ficcional analisada, não houve luta por reconhecimento, mas apelos a estratégias alternativas para lidar com os problemas sem precisar mudar.

As protagonistas são apresentadas juntas ao espectador, fazem um pacto, e sinalizam que suas trajetórias estão amarradas na narrativa. Pode-se enxergar quatro movimentos principais na trama: o pacto, o sucesso midiático, a dissolução do grupo, a retomada. O sucesso midiático, que ocupa boa parte da história, se apresenta como solução de todos os problemas, mas não se mostra efetivo, e a retomada após a

dissolução permite que se apresente as lições, a moral da história – a valorização do afeto, compatível com o melodrama.

Os próximos itens irão checar como as três dimensões se apresentaram – ou não – como possibilidades de luta por reconhecimento

4.7.1 Reconhecimento através da Estima Social: Ideologia da visibilidade

A história se inicia com três mulheres na delegacia, que encerram a cena com um pacto por mobilidade social - "*dia de empreguete, véspera de madame*". Ali se desenha o caminho de suas lutas pessoais. Penha brigando para ser respeitada no trabalho, Rosário para concretizar a carreira de cantora e Cida numa questão de identidade familiar e social. Coincidentemente, comparando suas demandas com as dimensões do Reconhecimento propostas por Honneth, poderíamos identificar Cida com prioridade na dimensão do afeto, Penha na dimensão do direito e Rosário na dimensão da estima social. Seria razoável supor que cada uma delas trilhará um caminho de luta para obter reconhecimento na respectiva dimensão ameaçada.

A solução encontrada para resolver os três problemas, entretanto, é comum às três. As protagonistas não empreendem uma luta pessoal para superar o desrespeito a que são submetidas. Embora caminhe na direção dos sonhos de Rosário, a cantora, a solução passa longe da realidade, e se estabelece como um modelo muito difícil de ser imitado – é uma solução mágica, a solução da fama instantânea, e quase espontânea, sem planejamento, um golpe de sorte. O clipe "vazou" na internet, transformou-se em marketing viral²¹ e caiu no gosto popular. A moral de fundo remete a um certo darwinismo social, na medida em que não oferece uma possibilidade de caminho plausível para as lutas apresentadas no início da trama, naturalizando, assim, a

²¹ Pode-se entender marketing viral numa analogia ao potencial de contaminação de um vírus. Assim, seria uma divulgação que rapidamente contamina a todos, difícil de ser controlada.

dificuldade de superação do desrespeito – resolvê-las vira uma questão de golpe do destino. A solução para Cida obter respeito e afeto da família Sarmiento é a fama midiática, a solução para Penha melhorar de vida e de emprego é a fama midiática, e a solução para Rosário ser respeitada e aceita como uma boa cantora é a fama midiática. Não há uma luta por reconhecimento, ele ocorre por acaso, de forma esvaziada de seu contexto original, reproduzindo valores da ordem vigente – a fama instantânea.

A solução nos remete à análise de D'Ávila e Cavas sobre a condição da mulher no período colonial, submetida ao poder patriarcal, mas glorificada numa comparação à Virgem Maria: “[...] para as mulheres o poder está relacionado ao poder mítico ou mágico, ou seja, pertence à esfera imaginária” (D'AVILA NETO, CAVAS, 2011: 5).

O toque “político” da trajetória das três protagonistas fica para o final, de forma isolada do contexto da trama: Rosário apadrinha um orfanato, Cida escreve um livro de memórias que pretende conscientizar outras empregadas domésticas e Penha recebe um implausível convite para ser consultora sobre direitos de empregadas domésticas em um escritório de advocacia.

A visibilidade ligada a reconhecimento é uma tônica muito forte nesta novela. Basta lembrar que o fato mais importante da trama é a exposição do clipe das *Empreguetes* na internet. Quando o clipe vazou, na trama, ele não foi mostrado logo ao telespectador, que precisou acessar a internet para vê-lo, como fizeram os personagens do mundo diegético. Em julho de 2013, apenas o clipe oficial das *Empreguetes* no provedor de vídeos Youtube, na vida real, contava com 3.344.207 acessos. Mas há muitos outros vídeos sobre as *Empreguetes* além deste. Mesmo no núcleo do *Borrvalho*, a internet é acessível a todos, e parece fazer parte da rotina.

Bourdieu (1997) afirma que a visibilidade propiciada pela mídia gera uma consagração que se constitui num novo “princípio de legitimidade”. O fato de ter notoriedade atesta uma popularidade, e esta tornaria a causa legítima.

As protagonistas se valem desta estratégia, seja pela TV, livro, pelo rádio e principalmente pela internet. Não bastasse os personagens se utilizarem dos canais fictícios na novela, numa invasão ao mundo real, o mundo diegético incorpora sua ida a vários programas televisivos, como Domingão do Faustão, Ana Maria Braga, Fátima Bernardes, Esquenta. É claro que há uma dupla vantagem (para o mundo fictício e o real), pois os programas reais também ganham carona na visibilidade da novela. A proximidade das *Empreguetes* com a mídia é tão grande que Penha quase namora Gentil Soares, o jornalista das celebridades.

Várias estratégias são utilizadas para reforçar a “cerimônia da confusão” entre o mundo fictício e o real, os artistas da novela comparecem a eventos reais, como shows de “colegas”, e recebem artistas reais para seus próprios shows. Na novela foi possível ver artistas como Luciano Camargo, Gaby Amarantos (cantora da música de abertura da novela), Ivete Sangalo, Alcione, Joelma e Chimbica, Michel Teló, Luan Santana, entre outros. Este relacionamento, *à la* Rosa Púrpura do Cairo, apela para conhecimentos que o ator tem da personalidade real que contracena com ele. Chayene conversa com intimidade com Regina Casé no programa *Esquenta*, se refere a toda família de Regina, e não fica dúvida que há intimidade entre Chayene (ou Cláudia Abreu?) e Regina. A novela explorou ao máximo a linha tênue que separa a ficção do real, como no momento em que os personagens de Marcos Palmeira e Bruno Mazzeo se reconhecem, e um diz que o outro lembra seu primo, o que de fato são verdade. Ou a atriz que participou do grupo das Frenéticas se encontra com outras duas Frenéticas e é lembrada por elas como vagamente familiar. Ou ainda quando a semelhança com a atriz Cláudia Abreu (que interpreta Chayene) é mencionada por Sílvio de Abreu na visita da personagem aos estúdios da Globo.

Nos momentos finais, há uma mobilização pela volta do grupo *Empreguetes*, onde se exhibe um vídeo com vários cantores do mundo real apelando para a reconciliação e retorno.

Os personagens demonstram estar cientes de todo potencial da mídia, e em vários momentos ela se mostra como a mais efetiva arma para lutar contra os poderosos e equilibrar as forças. Uma vez que os famosos sobrevivem da mídia, a ameaça de terem sua imagem prejudicada junto ao público é suficiente para mudanças de decisões, para evitar “prejuízo de capital midiático”, uma expressão utilizada algumas vezes na novela.

Para livrar as Empreguetes da cadeia, onde estão por falsa acusação de roubo, os métodos tradicionais não são efetivos. Na cadeia, Penha diz que logo elas estarão livres, e Cida duvida: “Será mesmo, Penha? Tem tanta gente poderosa querendo acabar com a gente. E nós somos só o quê? Três empregadinhas sem dinheiro, sem poder. O que vai ser da gente?” [Episódio 33]. O que se mostra mais forte que os poderosos é a mobilização coletiva, utilizando principalmente o poder da internet e das redes sociais. Quando Elano consegue um acordo com Dr. Sarmiento para a libertação das Empreguetes, ele utiliza o argumento da força da organização popular na internet:

“O senhor não devia fazer pouco de uma insatisfação popular que está ganhando força. São milhares de pessoas pedindo que elas sejam soltas. São milhares de pessoas chamando atenção para a grande injustiça que aconteceu com esta prisão. O senhor deve saber que manifestações organizadas na internet já derrubaram ditaduras, já derrubaram governos corruptos. Não dá mais para tentar reprimir, o povo agora tem acesso à informação. O povo quer ser ouvido. O povo está se engajando em causas que considera justas. [...] Já são mais de meio milhão de acessos. [...] se as minhas clientes passarem mais uma noite na cadeia, os senhores vão ser massacrados pela opinião pública. [...] um prejuízo de imagem para seu cliente, para o seu escritório. [Episódio 34]”

É o poder da comunicação mudando de mãos, uma vez que os meios e as mediações culturais, na internet, não são facilmente controláveis. Sem intermediários, as produções culturais podem ser postadas e vistas por todos. É claro que tão logo fique claro que pode tornar-se rentável, são apoderadas pela indústria cultural, como foi o caso das Empreguetes, que antes de fazerem o primeiro show já foram comunicadas que um empresário registrara o nome do grupo e tinha direitos legais sobre ele.

Ao receber o prêmio como o “grupo revelação” numa importante premiação da música, Rosário, em seu discurso, consagra o potencial democrático da internet para que a cultura popular possa ter visibilidade e reconhecimento. Ela dedica o prêmio “a todos os artistas da periferia que cansaram de esperar uma oportunidade e resolveram mostrar seu trabalho. Se antes a cultura não chegava na periferia, agora é a cultura da periferia que chega ao mundo através da internet” [Episódio 139].

A escolha da temática da telenovela e das protagonistas se apresenta como um investimento em seu principal público, a nova classe média brasileira, que transformou 40 milhões de brasileiros em consumidores, e que tem direcionado os produtores a tornar as produções mais populares. Esta nova classe média tem acesso à tecnologia, e quer se ver na TV (OBITEL, 2012).

Assim, chegamos a 2011 com uma oferta crescente de oportunidades de se fazer e de ver televisão de diferentes maneiras, e a nova classe C quer se ver retratada, pelo menos nas “três telas” (TV, celular e computador). Essas experiências novas são, realmente, desafios à ficção, notadamente à telenovela, que deve se reinventar na sua condição de “narrativa da nação” (Lopes, 2003), agora em ambiente transmidiático (OBITEL, 2012: 129).

Neste sentido, o uso das redes sociais também é oportuno, e foi aproveitado ao máximo em Cheias de Charme, não só pelos personagens, mas pelo telespectador que

pôde interagir com a novela utilizando várias mídias, aumentando o compartilhamento do conteúdo. O Brasil é hoje o terceiro país usuário de rede social no mundo e o sétimo mercado de internet (OBITEL, 2012). Neste contexto, onde são várias as celebridades instantâneas, transformar as empreguetes num sucesso não é algo que está muito longe da imaginação popular, é uma fantasia possível de acreditar.

Cabe notar também que a fama trouxe às empreguetes um aumento da possibilidade de consumo, outro fato que liga esta telenovela à emergente Classe C. O emprego deste recurso financeiro foi coerente com a trajetória das três: Rosário, cuja preocupação era estima social, logo comprou uma casa no condomínio Casa Grande. Penha, preocupada em melhoria de bem estar, reformou a casa, mas permaneceu no Borralho. Cida, a princípio, utilizou o dinheiro para “comprar” a aceitação dos Sarmiento, arcando com as despesas da mansão de que foi expulsa.

4.7.2 Reconhecimento através do Direito: Solidariedades e redes de apoio

Claramente, o maior espaço para a mobilização coletiva e os movimentos articulados em busca de Direito na novela são os meios de comunicação – TV, jornal, e principalmente o rádio e a internet. Esta forma encontrada de resolução dos problemas demonstra que nem sempre há uma conquista de uma luta política para a aplicação do respeito e justiça universais. O sistema jurídico só funciona, em alguns casos, porque conta com a ameaça da divulgação pública, tornada possível pela rápida mobilização das redes de apoio. A ameaça neste caso, diz respeito a uma possibilidade concreta de as partes envolvidas perderem seus consumidores – tenham eles o nome específico de compradores, espectadores, eleitores, ou fãs.

São dois aspectos apontados por Canclini (1998), que pontuam a confusão entre consumidor e cidadão. Um dos aspectos é que, onde o cidadão não tem força, faz valer sua força de consumidor. Outro aspecto é que os meios de comunicação de massa, especialmente a TV e o rádio, reestruturaram a articulação entre público e privado,

sendo usados como alternativa para conseguir serviços, ajuda, reparações - algo que os órgãos públicos não realizam, ou o fazem mediante demoradas regras burocráticas.

As redes de apoio parecem fáceis de mobilizar no Borralho. Normalmente, as comunidades como o Borralho são utilizadas nas tramas como cenário de cenas de comédia, onde a maledicência e as fofocas se proliferam, mas não é o caso aqui. O Borralho mostra-se como o espaço da camaradagem e da solidariedade por excelência. A própria geografia e arquitetura do bairro propicia os encontros, onde os moradores partilham espaços de circulação e lazer, e não raro precisam passar em frente à casa do vizinho para chegar à sua própria casa. Em poucos minutos e quadra de esportes fica lotada e as pessoas dividem tarefas para a mobilização coletiva. E participar desta rede de colaboração coletiva parece ser a coisa mais valorizada no Borralho. Após muito esforço para demonstrar sucesso, é através deste tipo de comportamento que Sandro é perdoado por Penha, ao doar 20 mil reais que ganhou num concurso para a reforma da quadra esportiva. Ele é descrito como um herói após devolver um dinheiro que não lhe pertencia e salvar um animal de estimação.

Na ocasião em que Penha defrontou-se com um agiota, bastou poucos segundos para um grupo se formar e defendê-la, expulsando o criminoso do bairro.

Já no rico condomínio Casa Grande, a situação é diferente. Ele abriga a Associação de Patroas, mas o grupo se forma apenas para resistir à mobilização das empregadas. A solidariedade é deixada de lado tão logo a patroa perca prestígio, como ocorreu com Sônia Sarmiento.

Mas, além disto, o Casa Grande também se transforma em palco para manifestações coletivas dos trabalhadores do condomínio. Chayene não havia levado muito a sério a denúncia de Penha na justiça, apostando em seu poder financeiro para contratar os melhores advogados. A estratégia de Penha só dá certo porque encontra suporte na mobilização coletiva provocada por sua participação num programa de rádio (novamente a exposição midiática), que faz com que a patroa Chayene a trate com cuidado para não perder seus fãs. Não é pelo fato de ter sido processada que

Chayene sente o primeiro impacto negativo de ter agredido Penha, mas quando as babás do condomínio fazem questão de mostrar que estão ao lado da doméstica.

Se uma trabalhadora doméstica sofre qualquer tipo de agressão, rapidamente os colegas se organizam e protestam, como na cena em que Samuel desrespeita a babá Gracinha e é contido por um grupo que lhe dá uma lição.

Os grafiteiros também encontram no Casa Grande o espaço para seus protestos, grafitando um “templo de consumo”, símbolo da desigualdade social que vive o condomínio, a boutique Galerie, que no final se transforma na galeria de arte Galehippie. Ou ainda grafitando não só a casa, mas o próprio Dr. Sarmiento durante uma entrevista para a televisão.

De qualquer modo, a justiça que aparece na novela Cheias de Charme é a justiça reparativa, para questões particulares. Não há uma luta pelo estabelecimento de padrões de justiça e respeito universal. Na última semana da trama, as três protagonistas participam de redes de apoio coletivas, mas de forma muito descontextualizada do restante da narrativa: Rosário se envolve num orfanato, Penha vai para um escritório de advocacia especializado em causas sociais e Cida escreve um livro de conscientização para as empregadas domésticas.

4.7.3 Moral da História: Reconhecimento através do Afeto

Na trama não ocorre um reconhecimento das protagonistas pela via afetiva. Ao contrário, o que se mostra é um reconhecimento, por parte das protagonistas, da importância do afeto. Isto ocorre com Cida, que tinha nesta temática o foco principal de desrespeito, e com Rosário, que tinha como foco a estima social. E, embora em

segundo plano, também ocorre com Penha, que ao final da novela reata com Sandro, apesar de continuar sem seu apoio, principalmente financeiro. É como se elas passassem a valorizar algo que de que já dispunham e não sabiam.

Nos 143 capítulos que abriram a novela ao longo de mais de cinco meses se ouviu a música de abertura, que questionava o baixíssimo valor de um amor do passado:

Meu amor era verdadeiro,
 O teu era pirata
 O meu amor era ouro
 E o teu não passava de um pedaço de lata
 Meu amor era rio
 E o teu não formava uma fina cascata
 Meu amor era de raça
 E o teu simplesmente um vira-lata
 Ex my love, ex my love, se botar teu amor na vitrine, nem vai valer
 1,99²²

O enunciante da canção é alguém que não teve seu amor reconhecido, e foi durante algum tempo enganado, deu tudo de si e obteve um falso amor, um amor pirata. Este, de fato, é um tema central para quase todas as tramas de Cheias de Charme.

Para Martin-Barbero (2003:316), o melodrama é o espaço privilegiado para se identificar as lutas por reconhecimento, onde “todos se fazem e refazem na trama simbólica das interpelações, dos reconhecimentos. Todo sujeito está sujeito a outro e é ao mesmo tempo sujeito para alguém”.

O autor questiona se não estaria aí a chave para se compreender a ligação tão profunda do melodrama com a América Latina. No melodrama localizam-se as

²² Canção Ex my Love, de Gaby Amarantos

sociabilidades cotidianas que se fazem presente nas relações de parentesco, de amizades, da solidariedade.

Podemos agora retornar ao melodrama, ao que nele está em jogo, que é o *drama do reconhecimento*. Do filho pelo pai ou da mãe pelo filho, o que move o enredo é sempre o desconhecimento de uma identidade e a luta contra as injustiças, as aparências, contra tudo que se oculta e se disfarça: uma *luta por se fazer* reconhecer (MARTIN-BARBERO, 2003:317).

A família seria o espaço primordial de reconhecimento na América Latina, o que explica o fato dela ser a principal atração de audiência na televisão. O cotidiano familiar é uma das poucas possibilidades para o indivíduo expressar suas frustrações e desejos (MARTIN-BARBERO, 2003).

Cida é a protagonista que vivencia de maneira mais intensa este drama familiar. Depois de ser humilhada e explorada durante anos, o que de fato moveu Cida a processar Dr. Sarmiento foi acreditar que ele capaz disto como pai, foi sua falta de amor. Ela processa o pai, e não o patrão. “É muito desamor, né?” [Episódio 137].

Com a prova de que Dr. Sarmiento forjou ser seu pai para ter vantagem financeira, Cida diz a Elano: “Você tem razão, eu nunca fui nada para aquela família. Se eu tivesse te escutado...”. Ao que Elano responde: “Você precisava disto tudo para conseguir enxergar” [Episódio 140]. Ao final, ela reconhece o amor verdadeiro. Como o herói que dá muitas voltas para descobrir que estava sentado sobre o tesouro desde o início, Cida percebe a falsidade de Conrado e da família Sarmiento e reconhece o amor verdadeiro de Elano e de sua família biológica (ainda que estejam mortos). No túmulo dos pais, ela diz:

“Virei cantora famosa, deixei de ser. Virei filha do Dr. Sarmiento, também deixei de ser. Eu me distanciei da minha essência, de vocês,

meus pais, de quem eu sou de verdade. Quis ser quem eu não era, tive vergonha de quem eu sou. Mas agora não. Agora eu vim aqui dizer que eu tenho muito orgulho de ser Maria Aparecida dos Santos, filha do Santos, motorista, e de Dolores, arrumadeira, fruto deste lindo amor de vocês. [ela beija Elano e entra a música: “No meio da euforia aquele amor me protegia, mas não foi por acaso que o encanto se quebrou] [Episódio 140]

O que a música incidental fala é da necessidade dela vivenciar seu próprio mito, passar pelas provações do herói até a descoberta da verdade.

Cida ilustra bem o caso que Honneth aborda do reconhecimento apenas retórico, usado como ideologia para manter e disfarçar as relações de poder (HONNETH, 2007). A família Sarmiento, mais intensivamente através do discurso da patroa, Dona Sônia Sarmiento, incentiva a criação de uma autoimagem positiva ligada à ideia da “boa empregada”, a que serve “com sorriso nos lábios”, a que “sempre sabe seu lugar”, como era a mãe de Cida, e como Cida deveria ser.

Como Honneth esclarece, o reconhecimento forjado desta maneira pode conduzir a uma espécie de subordinação voluntária, só reconhecida retrospectivamente, no futuro. No início da trama, Cida falava sempre baixo, pedia desculpas constantemente, e reafirmava sua gratidão à família ao menor deslize. Quando o namorado Rodiney a questionava sobre esta relação, que ele chamava de escravidão, pois ela trabalhava na casa desde os 12 anos sem quaisquer direitos trabalhistas, ela defendia os Sarmiento, dizendo que eles haviam sido muito bons, que eram a única família que ela tinha, que ela lhes devia gratidão. Ao final da telenovela, em conversa com Elano, o advogado que irá processar os Sarmiento, ela se culpa por não ter enxergado a natureza desta relação antes, e ele lhe descreve o que a Psicologia chama de “síndrome de Estocolmo”, embora não lhe dê este nome: “você se apaixonou por seus algozes” [Episódio 138].

É a arte, a Literatura, que salva Cida, desde o início, deste silêncio imposto, desta violência simbólica. Ao escrever em seu diário, ela cita uma frase de seu namorado, o artista Rodiney: “Arte é isto: um grito preso na garganta” [Episódio 44]. O grafiteiro Rodiney é um denunciante das relações de opressão, sejam de trabalho, sejam de consumo, é o artista que reluta em comercializar sua arte, temeroso de que ela perca sua força, seu potencial libertador, ao se render ao sistema. Para ele, a arte comercializada já não é mais arte, é mercadoria, e perder a arte é perder uma tábua de salvação psicológica, uma vez que, como diz seu grafite, “a arte existe para que a verdade não nos destrua”.

Rosário reconhece o valor da amizade após abrir mão da parceria das Empreguetes para tentar seguir carreira solo. Ela acreditava ser a única das três a ter a carreira como prioridade, mas descobre que a carreira não é seu recurso mais precioso: “Até agora eu achava que a coisa mais importante na nossa vida era a carreira. Mas eu aprendi, Papito, eu aprendi que nada disso vale se a gente não tem um amigo verdadeiro do nosso lado” [Episódio 138]. No final, quando as Empreguetes voltam a se reunir num gesto de solidariedade à Rosário, elas fazem um novo pacto. Para substituir “Dia de empreguete, véspera de madame”, acordado no primeiro capítulo, elas repactuam: “Empreguetes, amigas para sempre” [Episódio 123]. O sucesso chegou para Rosário, mas ele é coletivo.

De certa forma, a lição que fica aqui neste re-pacto é a de que a dimensão do afeto é mais importante do que as outras buscas, e provavelmente ela já está presente a contento, bastando ser descoberta e valorizada, ainda que seja como fez Cida, o afeto de pessoas já mortas.

Se a solução inicial encontrada para a demanda das três protagonistas foi a fama, no final, mesmo esta solução se mostra sem sentido, se não estiver acompanhada de afeto. A redenção da frustração que esta solução traz é que, deste modo, o caminho para o reconhecimento estaria disponível a todos: para descobrir o afeto basta usar a imaginação, a fantasia, a negação, ou qualquer outro recurso psicológico pessoal.

Coincidentemente, o reconhecimento por esta via é o único que não pode ensejar lutas sociais, pois trata-se de uma questão íntima.

Assim, no final das contas, Cida ignora os anos de negligência afetiva na casa dos Sarmiento (foi quase uma assunção de *mea culpa* por não ter valorizado adequadamente os pais mortos); Penha continua abnegada e sobrecarregada, sustentando a família sem poder contar com o companheirismo do marido; e Rosário abre mão do sonho de ser cantora para ter amigas. As trajetórias são esvaziadas de seus conteúdos iniciais, e terminam ao gosto melodramático.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É claro que a telenovela é uma obra voltada a entretenimento, e não tem, necessariamente, nenhum compromisso em promover conscientização ou ser pedagógica em nenhum sentido. O objetivo desta pesquisa é investigar a narrativa da telenovela como um fragmento do discurso social, que pretende entender: o que a novela revela, como uma janela para o imaginário coletivo, sobre Reconhecimento feminino através das protagonistas?

Se resumirmos a trajetória das três heroínas e suas lutas, podemos dizer que Penha lutava pelo reconhecimento ao direito de seus irmãos de terem uma vida tranquila e segura. Ela acreditava que a chave para isto seria aumentar sua renda. Cida ansiava pelo reconhecimento afetivo e social de pertencer à família Sarmento. Achava que uma formação superior redimiria sua origem humilde e faria alcançar a aceitação social. Rosário lutava pelo reconhecimento a ter estima social como cantora, acreditava que ser famosa seria o corolário de uma carreira realizada. Até aqui, sumariamente, faz-se o diagnóstico da estrutura das dimensões do reconhecimento e seu desrespeito, na narrativa das protagonistas.

O próximo passo lógico, na trama, seriam as lutas empreendidas pelas protagonistas para superar o desrespeito, as ameaças à integridade psíquica, social, à dignidade e à honra – as lutas por reconhecimento. E é aqui que se retira das protagonistas qualquer chance de uma trajetória heroica neste sentido. O autor da trama encontrou uma solução comum e mágica para as três diferentes demandas: fama e dinheiro fácil para todas. Foi o suficiente para Cida tentar comprar sua aceitação, para Penha comprar sua segurança material e Rosário querer mais fama. Com o rompimento das três, vêm as lições: Cida compreende que o afeto de que precisa não é o negociável, Penha defronta-se com o fato de ser a provedora, e Rosário descobre que a amizade tem mais valor que a fama.

As lições são questionáveis, e deixam perguntas para as protagonistas. Poderia se argumentar que a solução para Cida foi coerente, ela buscava reconhecimento afetivo e uma identidade, e encontrou ambos em suas origens, redimindo-se com seus pais mortos. Mas, por outro lado, foi praticamente um prêmio de consolação, pois não lhe restava outra saída, uma vez que a família Sarmento já não existia. O que teria ocorrido se ela tivesse sido aceita como uma Sarmento? Teria heroicamente abdicado deste “amor de 1,99”?

Para Penha, que buscava uma melhora de bem estar, a solução de fama e dinheiro atendeu a contento, ela pôde reformar a casa, aumentar seu conforto, pagar uma escola particular para a irmã. Sua “lição” foi o confronto com o fato de ser, quase que exclusivamente, provedora, mas não absorveu a crítica, e tudo continuou como antes, incluindo-se a manutenção de seu casamento com um “vacilão”, em suas palavras. A solução do autor para uma espécie de empoderamento de Penha, foi colocá-la como consultora na área jurídica, algo implausível para quem conhece minimamente Direito do Trabalho – é preciso conhecer profundamente as leis e os meandros jurídicos. Por que Penha não pôde, ela mesma, heroicamente, fazer um curso de Direito?

Rosário, em sua “lição”, descobre que o mundo da fama é vazio e falso, e não tem valor sem amizade. Seu sonho de toda uma vida esbarra na conscientização de algo que é de senso comum. Por que ela não pode, heroicamente, provar seu valor como cantora, enfrentando, com seus valores e uma vida pessoal emocionalmente enriquecida, a aridez ética e afetiva do mundo da fama?

O status e o poder adquirido no palco não foi transposto para a realidade das personagens, se mostrando como uma ilusão passageira de uma vida melhor.

E assim retomamos novamente a pergunta principal: o que a novela Cheias de Charme revela sobre Reconhecimento feminino através das protagonistas? Muito pouco.

Primeiro, não parece haver lutas, mas conformidades e soluções mágicas. Não foram as causas políticas das três que ganharam visibilidade, mas tudo só se tornou possível graças ao sucesso midiático do clipe.

Em segundo lugar, não houve resoluções para as questões iniciais, no final elas se transformaram em questões afetivas. Martin-Barbero fala que os dramas de reconhecimento são vivenciados nos melodramas familiares na América Latina, principalmente, por falta de um canal político que desse vazão à uma vivência coletiva de reconhecimento.

Em terceiro lugar, que o direito em si não garante a resolução justa do conflito, é preciso mobilizar massas. E, neste sentido, a internet representa uma nova possibilidade, o que foi possível acompanhar recentemente, em 2013, nas manifestações populares pelo Brasil que ganharam as manchetes mundiais, sem partidos, sem lideranças, agendadas nas redes sociais.

Em quarto lugar, dentre as três, Penha é clara e assumidamente a protagonista principal, apontada na descrição oficial da novela como a “típica heroína brasileira”. Portanto, além de espelhar, também reforça o estereótipo feminino, que é de abnegação, sacrifício, acúmulo de papéis (com alegria e bom humor) e conformidade a um relacionamento insatisfatório.

Em quinto lugar, que a vivência pessoal do desrespeito é fundamental para se compreender o fenômeno. Fazendo um levantamento das dimensões, poderia se pensar, por exemplo, que a dimensão afetiva seria crucial para todas as protagonistas, entretanto, ela só se torna uma vivência de desrespeito para Cida. Ou poderia se pensar que Rosário teria estima social por ter seu saber e habilidade como cozinheira reconhecidos, mas isto não é suficiente para ela.

Uma última consideração diz respeito ao fato de a telenovela Cheias de Charme representar, em si, um desejo de reconhecimento da nova Classe Média brasileira, que agora está conectada não só à televisão, mas ao celular e à internet. As três protagonistas são representantes desta classe, e na novela tem a chance de

experimentar a mágica prometida pela posse dos bens de consumo. Talvez seja a narrativa de um Brasil dos novos tempos.

REFERÊNCIAS

1. ALMEIDA, Heloisa Buarque de. **Muitas mais coisas**: telenovela, consumo e gênero. Tese (Doutorado em Antropologia). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2001.
2. _____. Melodrama comercial – reflexões sobre a feminilização da telenovela. In: **Cadernos Pagu** (19) 2002, pp.171-194.
3. _____. Consumidoras e heroínas. Gênero na telenovela. In: **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, 15(1): 280, janeiro-abril/2007.
4. **Comunidades imaginadas**. Reflexiones sobre el origen e y La difusión Del nacionalismo. México: FCE, 1993.
5. ANDRADE, R. M. B de. **O fascínio de Scherzade**. Os usos sociais da telenovela. São Paulo: Annablume, 2003.
6. ÁVILA, Maria Betânia. Divisões e tensões em torno do tempo do trabalho doméstico no Cotidiano. In: BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Políticas para as Mulheres. **Revista do Observatório Brasil da Igualdade de Gênero**. 1ª Impressão. Brasília: Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, 2010.
7. BANCO MUNDIAL. Relatório **sobre desenvolvimento mundial de Igualdade de Gênero e Desenvolvimento**. Visão geral. Washington, 2012.
8. BARSTED, Leila Linhares, PITANGUY, Jacqueline (Org.) **O Progresso das Mulheres no Brasil 2003–2010**. Rio de Janeiro: CEPIA ; Brasília: ONU Mulheres, 2011
9. BHABHA, Homi K. Disseminação. O tempo, as narrativas e as margens da nação moderna. In: **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008
10. BASTHI, Angélica (Organização e elaboração). **Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia**. Brasília: ONU Mulheres; Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ); Programa Interagencial de Promoção da Igualdade de Gênero, Raça e Etnia (Fundo de Alcance dos Objetivos do Milênio, F-ODM), 2011.
11. BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
12. BORELLI, Sílvia Helena Simões. **Telenovelas brasileiras**: balanços e perspectivas In.: São Paulo em perspectiva, volume 15(3), 2001.
13. BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. **Relatório Anual do Observatório Brasil da Igualdade de Gênero 2010/2011**. Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2011.

14. BRESSIANI, Nathalie de Almeida. **Economia, cultura e normatividade**. O debate de Nancy Fraser e Axel Honneth sobre redistribuição e reconhecimento. 2010. Dissertação (Mestrado em Filosofia). USP, São Paulo, 2010.
15. BUCCI, Eugênio (Org.). Introdução. In: **A TV aos 50**. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Ed. Fund. Perseu Abramo, 2000.
16. CANCLINI, N.G. **Consumidores e Cidadãos**: Conflitos multiculturais da globalização. 4ª ed., 1ª reimpressão. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
17. _____. **Culturas híbridas**. São Paulo: EDUSP, 1998.
18. CGEE - Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. **Doutores 2010**: estudos da demografia da base técnico-científica brasileira - Brasília, DF: Centro de Gestão e Estudos Estratégicos, 2010.
19. COSTA, C. **Eu compro essa mulher**. Romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2000.
20. D'AVILA NETO, Maria Inácia. CAVAS, Claudio Diáspora Negra: Desigualdades de Gênero e Raça no Brasil. In: **Revista Latino-americana de Geografia e Gênero**, Ponta Grossa, v. 2, n. 1, p. 3 - 11, jan. / jul. 2011.
21. D'AVILA NETO, Maria Inácia.; NAZARETH, Juliana. Globalization and Women's Employment. In: **Peace Review**. A journal of social justice. Vol. 17, n.2 - 3, p. 215 - 220, 2005.
22. DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997
23. DIEESE. **Anuário dos trabalhadores**: 2009. 10.ed. / Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. São Paulo: DIEESE, 2009.
24. ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais** - uma versão latino-americana. ed. on-line – Belo Horizonte: Autêntica, 2010.
25. ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. (Org.). Comunicação e gênero: a aventura da pesquisa. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.
26. FERNANDES, Ismael. **Memória da telenovela brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1997.
27. FERRÉS, Joan. **Televisão Subliminar**. Porto Alegre: Artmed, 1998

28. FRASER, Nancy. Mapeando A Imaginação Feminista. In: **Estudos Feministas**, Florianópolis, 15(2): 291-308, maio-agosto/2007a.
29. _____. Reconhecimento sem ética. In: **Lua Nova**, São Paulo, 70: 101-138, 2007b
30. _____. Redistribución y reconocimiento. In: **RIFP/8**(1996) pp. 18-40.
31. GLOBO. 2013. Disponível em www.globo.com. Acesso em jan.2013.
32. GOMES, Alessandra Soares Muniz. Especial: Eleições 2010 e a não observância da Lei de Cotas. In: BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Políticas para as Mulheres. **Revista do Observatório Brasil da Igualdade de Gênero**. 1ª Impressão. Brasília: Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, 2010.
33. HAMBURGUER, Esther Império. A expansão do “feminino” no espaço público brasileiro: novelas de televisão nas décadas de 1970 e 80. In: **Estudos Feministas**, Florianópolis, 15(1): 280, janeiro-abril/2007
34. _____. **O Brasil antenado**. A sociedade da novela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.
35. _____. Política e novela. In: BUCCI, Eugênio (Org.). **A TV aos 50**. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Ed. Fund. Perseu Abramo, 2000
36. _____. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In: **História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea**. Vol.4. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
37. HALL, Stuart. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. 5ª Ed., Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
38. HALL, Stuart. **Da Diáspora**. Identidades e Mediações culturais. Editora da UFMG, Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.
39. HAUSMANN Ricardo; TYSON, Laura D.; ZAHIDI, Saadia. **Global Gender Gap Report 2011**. World Economic Forum. Geneva, Switzerland 2011. Disponível em: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GenderGap_Report_2011.pdf. Acesso em 23 jan. 2012.
40. HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento**. A gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo: Editora 34, 2003

41. _____. Trabalho e reconhecimento - Tentativa de uma redefinição. In: **Civitas**. Porto Alegre, v. 8, n. 1, p. 46-67, jan.-abr. 2008.
42. _____. Redistribución como reconocimiento: respuesta a Nancy Fraser. In: FRASER, N.; HONNETH, A. **¿Redistribución o reconocimiento?** A Coruña: Paideia, 2006
43. _____. Recognition as ideology. In: BRINK, Bert van den; OWEN, David. **Recognition and Power**. Axel Honneth and tradicion of critical social theory. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.
44. IBGE. **Mulher no mercado de trabalho**. Perguntas e respostas. 2012. Disponível em http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_nova/Mulher_Mercado_Trabalho_Perg_Resp_2012.pdf. Acesso em jun. 2013.
45. IBOPE Media. **MediaBook 2011**. Hábitos de mídia e investimento publicitário em 2010. 2011. Disponível em www.ibope.com.br/ibope_media/2011/mediabook/port/. Acesso em 22 maio 2012
46. IPU. Inter-Parliamentary Union. **Woman in national parlaments**. Disponível em <http://www.ipu.org/wmn-e/classif.htm>. Acesso em jun 2012.
47. JACKS, N. Tendências latino-americanas nos estudos da recepção. In: **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 5, novembro 1996, semestral.
48. JUNG, Iris. Recognition of Love's Labor: Considering Axel Honneth's Feminism. In: BRINK, Bert van den; OWEN, David. **Recognition and Power**. Axel Honneth and tradicion of critical social theory. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.
49. KELLNER, D. **A cultura da mídia**. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
50. LIPOVESTKY, Gilles. **A sociedade da decepção**. Barueri, SP: Manole, 2007.
51. LOPES, M.I.V. de. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 1, n. 26, p. 17-34, 2003.
52. LOPES, M.I.V.; BORELLI, S. H.S.; RESENDE, V.da R. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.
53. MARTÍN-BARBERO, J. Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela. In: LOPES, M.I.V. de. (org.). **Telenovela: Internacionalização e interculturalidade**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

54. MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. 2ª ed.. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2003.
55. MATOS, Marlize. Mulheres em busca de cidadania política: Paradoxos da incompletude ou breves reflexões sobre a ausência de mulheres dos Espaços formais da política. In: **Mulheres na política**: as representantes de Minas no Poder Legislativo. – Belo Horizonte: Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, Gerência-Geral de Projetos Institucionais, 2010.
56. MATOS, Marlise; MARQUES, Danusa. Caminhos das discussões acadêmicas sobre o tema de gênero, mulheres e política: em que momento estamos?, 2010. Observatório Brasil da igualdade de gênero. Disponível em: <http://www.observatoriodegenero.gov.br/menu/publicacoes/caminhos-das-discussoes-academicas-sobre-otema-de-genero-mulheres-e-politica-em-que-momentos-estamos>>
57. MATTOS, P. C. . **A Sociologia Política do Reconhecimento**: As contribuições de Charles Taylor, Axel Honneth e Nancy Fraser. São Paulo: Annablume, 2006.
58. MEYER, M. Turvo Deleite. In: **Folhetim**. SP: Companhia das Letras, 1996.
59. MOREIRA, Roberto. Vendo a televisão a partir do cinema. In: BUCCI, Eugênio (Org.). **A TV aos 50**. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Ed. Fund. Perseu Abramo, 2000.
60. MOTOROLA MOBILITY, INC.. **Pesquisa global da Motorola Mobility mostra mudanças radicais na experiência de assistir TV**. 2011. Disponível em <http://media.center.motorola.com/content/detail.aspx?ReleaseID=14636&NewsAreaID=2>. Acesso em jul. 2013
61. NOBRE, M. Apresentação. In: HONNETH, A. **Luta por reconhecimento**: a gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo: Ed. 34, 2003.
62. OBITEL. Transnacionalização da ficção televisiva nos países ibero-americanos: **anúário Obitel 2012** / organizado por Maria Immacolata Vassalo de Lopes e Guillermo Orozco Gómez. — Porto Alegre: Sulina, 2012.
63. OBSERVE - Observatório da Lei Maria da Penha. **Condições para aplicação da Lei 11.340/2006 (Lei Maria da Penha) nas Delegacias Especializadas de Atendimento à Mulher (DEAMS) e nos Juizados de Violência Doméstica e Familiar nas capitais e no Distrito Federal**. Relatório Final. 2010. Disponível em

http://www.observe.ufba.br/_ARQ/Relatorio%20apresent%20e%20DEAMs.pdf. Acesso em 03 março 2013.

64. ORTIZ, Renato. A evolução histórica da telenovela. In: ORTIZ, Renato; BORELLI, S.H. S.; RAMOS, J.M.O. **Telenovela história e produção**. SP: Brasiliense, 1989.
65. ORTIZ, Renato; RAMOS, J.M.O. A produção industrial e cultural da telenovela. In: ORTIZ, Renato; BORELLI, S.H. S.; RAMOS, J.M.O. **Telenovela história e produção**. SP: Brasiliense, 1989.
66. ORTIZ, Renato; BORELLI, S.H. S.; RAMOS, J.M.O. **Telenovela história e produção**. SP: Brasiliense, 1989.
67. PINTO, Celia Regina Jardim. Nota sobre a controvérsia Fraser–Honneth informada pelo cenário brasileiro. In: **Lua Nova**, São Paulo, 74: 35-58, 2008
68. PRIOLLI, Gabriel. Antenas da brasilidade. In: BUCCI, Eugênio (Org.). **A TV aos 50**. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Ed. Fund. Perseu Abramo, 2000.
69. RICOEUR, Paul. **Percursos do reconhecimento**. São Paulo: Loyola, 2006
70. SAAVEDRA, Giovani Agostini; e SOBOTTKA, Emil Albert. Introdução à teoria do reconhecimento de Axel Honneth. In: **Civitas** Revista de Ciências Sociais, Vol. 8, Núm. 1, janeiro-abril, 2008, pp. 9-18. PUC do Rio Grande do Sul, Brasil. Disponível em <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/742/74211531002.pdf>. Acesso em 22 jan 2012.
71. SAAVEDRA, Giovani Agostini; e SOBOTTKA, Emil Albert. Discursos filosóficos do reconhecimento. In: **Civitas**, Revista de Ciências Sociais, v. 9, n. 3, p. 386-401, set.-dez. 2009. PUC do Rio Grande do Sul, Brasil. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/6898/5025>. Acesso em 22 jan 2012
72. SALONIA, Michel. Suffering from Exclusion. On the critical impulse of the theory of recognition. In: **Civitas** – Revista de Ciências Sociais, v. 8, n. 1, jan.-abr. 2008.
73. SCOVILLE, Eduardo Henrique Martins Lopez de. **Na barriga da baleia**: a Rede Globo de televisão e a música popular brasileira na primeira metade da década de 1970. 2008. Tese [Doutorado em História]. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2008.

74. SILVA, G. J. da. Gênero em questão – apontamentos para uma discussão teórica. In: Mneme – **Revista Virtual de Humanidades**, n. 10, v. 5, abr./jun.2004.
75. STOREY, John (org.). **Cultural Theory and Popular Culture**. An Introduction. 5th Edition. London: Prentice Hall/Harvest Wheatsheaf, 1997.
76. VALENZUELA, Maria Elena. Trabalho doméstico remunerado na América Latina. In: BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. **Edição Especial da Revista do Observatório Brasil da Igualdade de Gênero**. Autonomia econômica, empoderamento e inserção das mulheres no mercado de trabalho. Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2009.
77. WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**. Uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 2006.
78. XAVIER, Nilson. **Almanaque da telenovela brasileira**. São Paulo: Panda Books, 2007.
79. YOUNG, Iris Marion. Recognition of Love's Labor. Considering Axel Honneth's Feminism. In: BRINK, Bert van den; OWEN, David. **Recognition and Power**. Axel Honneth and tradition of critical social theory. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

ANEXOS

1 Descrição oficial das protagonistas no site da novela na Globo



Típica heroína brasileira. Tem todos os predicados de uma boa profissional: é pé-de-boi, de confiança, excelente cozinheira, caprichosa e é cheia de iniciativa. Dona de uma beleza que resiste aos maus tratos da vida e de um humor que resiste às adversidades, Penha não teve muito estudo, começou a trabalhar cedo e desde garota é arrimo de família. Por muitos anos, teve que lidar com o salário que não cobre as contas do fim do mês e as dívidas que se acumulam. Depois de conhecer Rosário e Cida, integrou o grupo das Empreguetes, que mudou sua vida. Casou-se com o pedreiro Sandro, com quem teve seu único filho, Patrick.

Leandra Leal

Rosário



Até os 10 anos, cresceu num orfanato, tendo que sonhar muito para escapar da realidade: sua família morreu numa enchente, quando tinha apenas um ano de idade. Já não tinha muitas esperanças de ser adotada quando, numa festa, cantou e encantou o garçom Sidney. Apesar do dinheiro contado, Sidney deu uma educação esmerada a sua estrelinha e fez da menina uma mulher forte e decidida. Depois de estourar com as Empreguetes, Rosário seguiu com a carreira artística, tendo inclusive trabalhado com Fabian, de quem sempre foi fã e fabianática número um. Depois de idas e vindas no namoro, casou-se com Inácio.

Isabelle Drummond

Cida



Filha da copeira Dolores, foi criada desde que nasceu na casa da família Sarmento. Cresceu meio empregada, meio cria de Sônia Sarmento, meio irmã das filhas dela, Ariela e Isadora. Conta com a proteção da madrinha e cozinheira Dona Valda, que ficou com a sua guarda depois que a mãe morreu. Depois de terminar com Rodinei, seu namorado da adolescência, se viu às voltas com Conrado e Elano, com quem se casa no final.

Gosta de ler romances para garotas e desde menina escreve diários, nos quais desabafa para a mãe que morreu. Com o apoio de Elano, decidiu publicar suas histórias num livro para que outras jovens não caiam na cilada de serem exploradas no trabalho.

2 Personagens da novela



Taís Araújo

Penha

Cláudia Abreu

Chayene

Leandra Leal

Rosário

Isabelle Drummond

Cida



Ricardo Tozzi

Fabian

Ricardo Tozzi

Inácio Paixão

Malu Galli

**Lygia Mariz
Ortega**

Marcos Palmeira

Sandro Barbosa

Jonatas Faro

**Conrado
Werneck**

Humberto Carrão

Elano Fragoso

Bruno Mazzeo

Tom Bastos

Pablo Belini

Alejandro Ortega

Tato Gabus Mendes

Ernani Sarmento

Alexandra Richter

Sônia Sarmento

Simone Gutierrez

Ariela Sarmento

Rodrigo Pandolfo

**Humberto
Jordão**

Giselle Batista

**Isadora
Sarmento**

Leopoldo Pacheco

Otto Werneck

Aracy Balabanian

Máslava Tilman

Jayme Matarazzo

Rodinei



Daniel Dantas

Sidney Monteiro

Luiz Henrique Nogueira

Laércio Migon

Kika Kalache

Ivone

Fábio Lago

Naldo

Titina Medeiros

Socorro

Chandelly Braz

Brunessa de Almeida

Dhu Moraes

Valda

MC Nicolas

Patrick Fragoso Barbosa

Sylvia Nazareth

Alana Fragoso

Bia Passos

Manuela Mariz Ortega

Miguel Roncato

Samuel Mariz

Tainá Müller

Liara Mariz

Sergio Menezes

Heraldo Maranhão

Juliana Alves

Dinha

Marília Martins

Simone Brunini

Fábio Neppo

Kleitton Lopes



Gustavo Gasparani
Gentil Soares

Lidi Lisboa
Gracinha

Nado Grimberg
Ruço

Sérgio Malheiros
Niltinho



Cláudio Tovar
Seu Malaquias