

38º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS

SPG08 - GOSTO, HIERARQUIAS SIMBÓLICAS E LEGITIMIDADES CULTURAIS

**O Discurso Terapêutico na Radio e na TV: Notas sobre as práticas culturais e
o gosto de seus participantes**

MAÍRA MUHRINGER VOLPE

Professora da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (FESPSP)

maira@muhringer.com.br

Esta apresentação privilegia alguns dos resultados da tese de doutorado *O Divã no Palco*, concluída em 2013, a respeito da distinta legitimidade cultural que desfrutam emissões na rádio e na televisão aberta, nas quais histórias íntimas de pessoas comuns são comentadas por profissionais “psi”.¹ A intenção aqui é repensar, tendo o gosto de classe como chave interpretativa, as motivações de participantes desses programas. Em outros termos, considerar a ida às gravações como uma prática cultural e seus frequentadores como consumidores de um conjunto de bens simbólicos, buscando perceber quais valores, constrições e recompensas os orientam, dadas suas posições no espaço social.

Pesquisas no campo da Sociologia da Cultura (MEHL, 1996; ILLOUZ, 2008) apontam para uma maior aceitação social da exposição de sofrimentos e conflitos na configuração social atual, relacionada à difusão do discurso terapêutico pela indústria cultural. Elas mostram ainda que tais emissões ajudariam a divulgar uma “cultura psi”, como um modo de o grande público ter acesso à atuação de psicólogos (e outros profissionais “psi”).² Versões brasileiras desses programas – *Casos de Família* (SBT), *Márcia* (Bandeirantes) e *No Divã do Gikovate* (Rádio CBN) – foram estudadas.³

Ao privilegiar a produção dos três programas (dois veiculados na TV e um na rádio), que mobilizavam produtores, apresentadores e profissionais “psi”, bem como integrantes do palco e da plateia oriundos de grupos sociais distintos, foi possível jogar luz em universos mentais diferentes, com repertórios expressivos e recursos afetivos específicos.⁴

¹ A tese *O Divã no Palco: Discurso Terapêutico, Indústria Cultural e Produção de Bens Culturais com Pessoas Comuns* foi defendida no Programa de Pós-graduação em Sociologia da USP, sob a orientação da Profa. Dra. Irene de Arruda Ribeiro Cardoso, e contou com uma bolsa concedida pelo CNPq e outra pela CAPES (bolsa PDEE).

² A “cultura psi” diz respeito, segundo Mehl, à ampliação e à diversificação da abordagem psicológica. Diferentes bens culturais, entre eles emissões de TV e rádio, veiculariam o “discurso terapêutico” ao grande público, fornecendo explicações, conselhos e esquemas práticos de como agir.

³ Em relação aos participantes de *Casos de Família*, João Freire-Filho afirma: “O traço distintivo da atual incorporação do povo na TV é a magnitude com que ela abarca os anônimos sem qualidades admiráveis, compleição corporal aberrante ou mazelas tremendas. Sobem à ribalta televisiva indivíduos cujo único predicado mais perceptível é a disposição para descortinar suas intimidades, com certa fluidez e expressividade, fora do ambiente privado ou clínico” (2008, p.3). Essa caracterização pode ser estendida tanto aos participantes de *Márcia* quanto os de *No Divã do Gikovate*.

⁴ Esse aspecto dizia respeito à outra discussão empreendida na tese: as diferentes competências afetivas desses grupos. Por um lado, se (e como) os participantes apropriavam-se do discurso terapêutico para falarem deles mesmos; por outro, qual o papel que a produção lhes permitia jogar nas interações da gravação.

Embora houvesse uma divulgação do discurso terapêutico pela indústria cultural, ao ser veiculado em emissões produzidas com e para grupos vulneráveis socialmente (baixa escolaridade, inserção precária no mercado de trabalho, residentes em bairros periféricos) –, essas pessoas apareciam nos programas de TV como “barraqueiras”, isto é, que brigavam no palco e não sabiam conversar, ou como “desocupadas”, por frequentarem o auditório.⁵ Já no programa de rádio – produzido por e para grupos sociais remediados –, havia uma maior legitimação social para as pessoas falarem de si e de seus problemas na plateia. Dito de outro modo, existe uma vinculação entre produção e consumo desses bens com a posição deles no interior de uma hierarquia do gosto, não sendo uniforme sua aceitação pelo grande público. Alguns formatos e conteúdos produzidos são mais aceitáveis socialmente como um lugar apropriado para expor questões do foro íntimo do que outros. O fato do público da rádio considerar os programas de Márcia Goldschmidt e Christina Rocha “um Gikovate com *downgrade*”, como bem expressou uma ouvinte da CBN, é indício da posição rebaixada ocupada por essas produções numa hierarquia simbólica das práticas culturais.

Por meio do estudo do processo de produção das três emissões, evidenciou-se que seus participantes (cumprindo diferentes funções no palco e na plateia) não eram simplesmente enganados pelas equipes de produção das emissoras de TV ou da rádio. Todos os envolvidos conheciam as regras do jogo social e as manipulavam de acordo com suas habilidades e suas posições na cadeia de produção. Foi ressaltada, assim, a capacidade de agir e escolher das pessoas participantes, manipulando elas também as regras, com a intenção de obter ganhos – materiais e simbólicos.⁶

A cadeia de produção das emissões televisivas é composta tanto por profissionais contratados formalmente (vindos de grupos sociais remediados) quanto por informais. Entre estes últimos, estavam, sobretudo, mulheres de meia idade, já fora do mercado de

⁵ Vale destacar que a equipe que produz tais emissões na TV pertence a um grupo com mais capital econômico, cultural e social em relação aos participantes.

⁶ Essas considerações baseiam-se em uma extensa pesquisa de campo foi realizada entre 2009 e 2011. Foram acompanhadas as gravações de No Divã do Gikovate, no Teatro Eva Herz (esses encontros interessavam pela semelhança na interação entre especialista “psi” e convidados, em relação aos programas de auditório na TV). A CBN autorizou que a pesquisadora se apresentasse ao público e, dessa apresentação, foi obtido o contato de integrantes da plateia interessados em participar da pesquisa; no SBT, as gravações foram acompanhadas na coxia e na plateia, enquanto na Bandeirantes foi permitido somente o acesso à plateia. Alguns psicólogos, integrantes da plateia, produtores e outros profissionais dos três programas foram entrevistados. Foram feitas ainda entrevistas com os convidados do palco do SBT. Foram cerca de 70 entrevistados nesse período.

trabalho, com baixa escolaridade e residentes em bairros periféricos da cidade de São Paulo e região metropolitana. Algumas atuavam junto à equipe de produção, auxiliando na busca de possíveis convidados do palco; outras trabalhavam na produção da plateia, integrando-a ou sendo responsável por arregimentar esse grupo. Para essas três funções, respectivamente, “contato”, “integrante da plateia” e “caravanista”, recebiam uma remuneração das emissoras ou em bens materiais (entre eles, dinheiro) ou simbólicos.

Dessa complexa cadeia produtiva, portanto, são ressaltadas aqui considerações a respeito de algumas dessas integrantes, bem como participantes da plateia da rádio. Os grupos estudados – da TV e da rádio – abarcavam pessoas heterogêneas, porém, quando contrastados, era clara a diferença de volume e estrutura do capital de ambos, isto é, possuíam condições econômicas e sociais muito distintas, bem como gostos e estilos de vida diferentes.

No âmbito desta apresentação, portanto, são ressaltadas algumas das experiências narradas nas entrevistas a fim de destacar os muitos sentidos que essas práticas culturais – frequentar a plateia de um programa de auditório na TV e de uma gravação para o rádio – assumem para aquelas que dela participam. Sentidos esses ocultos para aqueles afastados de sua cadeia de produção.

INTEGRANTES DA CARAVANA: FAZER A PLATEIA NA TV

Participar do auditório é significado de muitas maneiras pelas integrantes da caravana: tanto do ponto de vista interno ao grupo quanto externo, isto é, como elas acham que sua atividade é vista e avaliada por outros. Em certa medida, julgam ser mal vistas, pois essa prática abarcaria pessoas desocupadas, “é coisa de vagabundo”. Ao contrário, para elas, como possuem outras atividades, tanto familiares/domésticas quanto profissionais, seria uma forma de sacrifício – “Você vê lá o auditório alegre, feliz, você não sabe o que se passou antes para chegar até lá”. (CARLA, entrevista, 2/2/2011)

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

Durante o tempo que eu estava trabalhando, de vez em quando ela mandava a Arlete me chamar, e de vez em quando eu ia [participar das gravações]. Dava

um cano na escola, ia durante o dia, depois trabalhava das 15 às 23h. A escola é aqui pertinho. Ia aos programas de manhã, chegava à tarde e ia trabalhar. Mas sempre deixando a casa mais ou menos em ordem e os filhos também (entrevista, 1/4/2011).

Não são apenas os programas de auditório aqui estudados, e seus participantes, os mal vistos pelo grande público. Desde o início da televisão brasileira, esse meio é tratado com desconfiança. Bergamo lembra que dois anos após a inauguração da TV Tupi, em 1952, a Revista *Manchete* publicou uma nota em sua coluna “O Mundo em Manchete”, definindo a televisão: “um invento que permite a pessoas que não têm nada para fazer ficarem olhando para pessoas que não sabem fazer nada” (Revista *Manchete*, Editora Bloch, nº 30, 15/11/1952). Segundo Bergamo, seus profissionais foram considerados, “durante muito tempo, como lixo cultural e ideológico” (2005, p. 17). Essa visão é até hoje compartilhada e se estende àqueles que ajudam a produção (formal ou informalmente), sobretudo, no que se refere aos programas de auditório. Maria Celeste Mira (2010), ao fazer uma história desse tipo de produção, relaciona sua falta de prestígio à baixa qualidade de suas produções e ao seu caráter popular.⁷

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

⁷ A baixa qualidade da programação na TV é frequentemente tema de reportagens na mídia impressa. Foi publicado na coluna do jornalista Maurício Stycer, no caderno Ilustrada da FSP, um comentário a respeito do comprometimento dos diretores de emissoras (Globo, TV Cultura, Record e Band) que lançavam num evento, ocorrido em março de 2013, a nova grade de programação e o conteúdo de algumas emissões veiculadas naquele período. O colunista questionava justamente a possibilidade de “uma programação de qualidade” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/mauriciostycer/1254759-o-anao-do-gugu-e-outras-historias.shtml>>. Acesso em: 1/4/2013).

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

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

Jéssica - Vixi, todo mundo.

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

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

Neide - Eles querem dar carta para a gente.

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

Raimunda - Mas é claro que a gente não tem!

Já receberam carta para levar?

Neide - Eu já.

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

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

São vistas diferentemente pelos vizinhos por frequentar as emissoras, como se tivessem mais recursos para, de alguma forma, ajudá-los. É como se sua “rede de apoio social”, nos termos de Marques, se ampliasse.⁸ E, em alguma medida, essa ampliação acontece: conhecem outras integrantes, vinculadas a caravanas de bairros diferentes, bem como profissionais contratados formalmente pelas emissoras. Ao fazer parte desse mundo social da televisão, a rede de sociabilidade aumentaria podendo eventualmente ser acionada para assuntos de emprego, saúde e temas do cotidiano.

Outros aspectos mencionados por essas três amigas – duas separadas com filhos, sendo uma na faixa dos cinquenta anos e outra dos quarenta, e a terceira, solteira, sem

⁸ As redes de sociabilidade são centrais, segundo Marques, “na mediação do acesso a bens e serviços obtidos em mercados e fora deles, como acesso a emprego, inclusive de melhor qualidade (emprego com carteira assinada), obtenção de apoios e auxílios sociais, presença de maior ou menor precariedade social e obtenção de rendimentos monetários” (2011, p. 66).

filhos, e com quase trinta anos –, foram a paquera e o relacionamento amoroso como atrativos para a ida às emissoras.

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

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

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

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

Mas quem? Ele também vai para o auditório?

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

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

Jéssica - Exatamente!

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

Raimunda - A corda cresce, menina! [risos]

Jéssica - É que o tempo todo eles veem mulher.

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

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

Cabe destacar que as três atividades (de caravanista, integrante do grupo e contato) as fazem sair de casa, encontrar pessoas fora do círculo de parentesco e vizinhança, circular pela emissora (algo considerado prestigioso entre seus pares). Ademais, integrar uma caravana significa para essas mulheres um momento de lazer, longe das atividades de manutenção da vida doméstica, com as amigas. Ir às emissoras lhes permitir ainda comer com as amigas da caravana (um “lanche” é oferecido pela emissora como uma forma de recompensa pela presença na gravação), encontrar celebridades, conversar e dançar (nos intervalos da gravação ou quando o programa traz

atrações musicais). Todos esses aspectos, mencionados em entrevistas, são considerados recompensas simbólicas.

“ESSE NEGÓCIO DE TELEVISÃO”: A CARAVANISTA JOANA

Além de horas de lazer e, no caso das caravanistas – responsáveis por mobilizar, escolher e acompanhar a caravana na gravação –, “cachês” recebidos em dinheiro, integrar uma caravana enseja ainda outros ganhos.⁹

Para uma senhora de 52 anos, caravanista há quinze, seu trabalho lhe proporciona autonomia e independência financeira em relação ao marido: consegue viajar duas ou três vezes ao ano, economizando e pagando sozinha suas despesas, além de ajudar seus três filhos adultos (ainda que estudem e trabalhem). Ela menciona também, como uma vantagem, a flexibilidade que essa atividade possui, pois conseguiu ficar dois meses com o pai doente, na Bahia, e, logo que voltou, foi chamada novamente para levar uma caravana. “Lá dentro, elas gostam do meu trabalho” (JOANA, entrevista, 23/3/2011). Tem, portanto, um bom relacionamento na emissora e, sobretudo, trabalho reconhecido. No trecho da entrevista citada abaixo, destaca-se o peso da responsabilidade assumida pela caravanista ao aceitar levar um grupo – ela coloca seu trabalho como parte dependente de uma atividade maior, no interior da produção do programa. Ela tem consciência de fazer parte de uma cadeia de produção, que, se rompida, pode prejudicar outros envolvidos, funcionários formais da emissora. A entrevistada afirma:

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

⁹ Tanto às caravanistas quanto às contatos, as emissoras pagam o “cachê”, isto é, um valor em dinheiro, respectivamente, R\$250 por grupo na plateia e R\$30 por pessoa levada ao palco. Esses valores se referem aos pagos pelo SBT, em 2011.

responsável para fazer isso. Senão, vai prejudicar elas lá, e a pessoa vai ficar sem serviço? Eu penso assim (entrevista, 23/3/2011).

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

Ter como benefício a saúde psíquica foi mencionado por algumas entrevistadas, não somente caravanistas como também integrantes da caravana e contatos. Carla, participante de caravana há quase vinte anos, afirmou ser “uma terapia”, uma “distração”, que a impede de “deprimir”, “de perder o ânimo para fazer as coisas”:

Por que gosta de ir para as gravações?

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

Faz tempo?

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

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

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

As falas de Clara e Carla fazem coro a das outras entrevistadas, chamando a atenção para aspectos positivos da participação. Carla menciona a questão da identificação com as histórias e a possibilidade de, então, se distanciar da realidade vivida. O dia a dia das gravações unifica o grupo: ao ouvir aquelas histórias, elas se esquecem, por momentos, de suas vidas – como em uma peça de teatro; distanciam-se dos problemas e se aproximam de outras narrativas.

Entre todas as envolvidas na produção do auditório – contatos, caravanistas e seu grupo – é recorrente associarem as atividades que desenvolvem, de um lado, a uma “correria”, de “grande responsabilidade” em nome da qual abrem mão do cuidado de familiares (neto, filhos e marido); de outro, a uma “terapia”, “diversão”, que as ajudam a manter a saúde física (para aquelas que têm diabetes ou colesterol alto) e psíquica (que não as deixa deprimir, “perder o ânimo” ou que exercita a “mente”). Em outras palavras, é um momento somente delas, um intervalo na vida doméstica e familiar, vivenciado exclusivamente com as amigas e colegas de trabalho.

DONA MARLENE E CLARA: UM ACESSO AO UNIVERSO DA PRODUÇÃO TELEVISIVA

Dona Marlene nasceu no interior do Estado de São Paulo, numa cidade a menos de 200 km da capital, é analfabeta, viúva por duas vezes e mãe de oito filhos adultos. Hoje vive com uma irmã deficiente num bairro popular na região metropolitana da capital, numa casa de quatro cômodos, no mesmo lote em que sua filha mais velha mora. Completou 71 anos em 2011 e é aposentada, tendo trabalhado como faxineira tanto em firmas quanto “casas de família”, por dia e por mês. Há mais de dez anos essa senhora integra uma caravana da região: já frequentou muitos programas e emissoras.

Sua participação foi relatada com entusiasmo por meio dos prêmios que ela, também sua filha e neta já ganharam. Foram prêmios em dinheiro e objetos, como garrafa térmica, celular, pulseira e anel. Também já levou cartas de terceiros, pedindo ajuda ao SBT, bem como enviou cartas suas. Quando perdeu os dentes, manifestou à emissora, por escrito, seu desejo de ganhar uma dentadura; mais recentemente, seu neto escreveu ao programa de Celso Portioli (apresentador de *Domingo Legal*, do SBT) solicitando uma reforma para a casa da avó. A primeira delas voltou e a outra não foi respondida. Ao ser questionada se tentaria mais uma vez, respondeu negativamente: “Mas agora o Silvio Santos não está numa situação muito boa. Não dá para ficar mandando... só lá, né? No Gugu” (DONA MARLENE, entrevista, 26/2/2011), referindo-se à dificuldade financeira pela qual passou o Grupo Silvio Santos, entre 2010 e 2011, resultando na venda do Banco PanAmericano, e ao antigo apresentador do SBT que foi para a Record. Ao Gugu, sim, seria possível solicitar ajuda.

Em *A Sociabilidade do Homem Simples*, Martins analisa a carta de uma adolescente dirigida ao então Presidente da República Fernando Henrique Cardoso. Ela dizia ser “preta e feia”, mas seu sonho era ser “paqueta” da Xuxa – ou seja, uma auxiliar

de palco, com relativa visibilidade, da apresentadora infantil que era loira, considerada bonita e amada por todos. Segundo o sociólogo, ela mostrava uma profunda ingenuidade quanto ao poder do Presidente, como se ele pudesse resolver o preconceito racial presente na sociedade brasileira; de outro lado, sua carta expressava o poder da televisão “na difusão de um imaginário que faz com que uma adolescente se veja e se considere feia porque não é loira [...]” (2011, p.37). Dona Marlene, numa situação análoga, supunha também o poder dos empresários e apresentadores Silvio Santos e Gugu Liberato. Em sua acepção, eles, pessoalmente, poderiam ajudá-la, se quisessem, ao tomarem conhecimento de suas necessidades. Misturando, também nessa relação, esferas privada e pública, ser cidadão e ser pedinte.

Participar da caravana é uma atividade de lazer para Dona Marlene: ela se diverte na companhia das outras integrantes, suas amigas. Indagada por quais motivos gosta de participar, diz:

Por quê? Porque não tenho o que fazer, fico em casa o dia inteiro sem fazer nada, eu vou para a gravação. Bater palma, cantar, pular, dançar e bagunçar... Bagunçar não, eu vou cantar. Bater palma, canto e danço. Tem um programa em que a gente..., o Raul Gil, a gente antigamente cantava e dançava, a maior... é da hora! E para conhecer, filha. Conhecer os artistas, os cantores, tudo de pertinho. Só não pode pegar, mas dá para conhecer bem de pertinho. Nesses dias foi aquele homem lá da Tele Sena. Como é o nome dele? [...] ele foi lá n’*A Praça [É Nossa]* participar... Neguinho da Beija-Flor? Vi pessoalmente e na televisão (entrevista, 26/2/2011).

Elas assistem às atrações musicais, brincam nos jogos, veem “de perto” artistas, ganham prêmios. A filha de um de seus vizinhos, que está no Japão, comentou tê-la visto na TV, o que a deixou feliz.

Uma vez mostrou [minha participação] no Silvio Santos, quando eu ganhei R\$ 150. Lá no Japão, a menina ligou para falar para o pai dela que me viu. Lá no Japão. Eu passei na televisão do Japão. No dia em que eu montei no touro [jogo do programa do Silvio Santos], a menina ligou para o pai que mora aqui na minha rua. Olha! Fui até o Japão! (DONA MARLENE, entrevista, 26/2/2011).

Ao desconsiderar a possibilidade de pedir novamente ajuda ao Silvio Santos, posta a dificuldade financeira do empresário-apresentador, bastante divulgada à época pela mídia, bem como ao afirmar que conhece artistas “bem de pertinho”, “só não pode pegar”, “pessoalmente”, Dona Marlene delineia sua proximidade do mundo televisivo e de seus personagens.

Dona Marlene é analfabeta e atualmente estuda numa associação próxima à sua casa, que doa leite aos aposentados. Ela é uma das beneficiárias. Quando está em casa,

gosta de assistir aos programas de que participou, aos jornais e emissões que ensinam receitas culinárias, porém, por não conseguir anotá-las ou memorizá-las, não as prepara. Pouco tempo antes da entrevista, havia adquirido uma nova televisão para a sala, um modelo de tela de plasma, pois a antiga tinha queimado com as chuvas do início do ano. A casa de quatro cômodos (cozinha, sala e dois quartos) possuía três aparelhos de TV: um no quarto de Dona Marlene, outro no quarto de sua irmã e o modelo novo na sala. Este último, comprado a crédito por Dona Marlene no cartão da neta. Mensalmente ela a reembolsa.

Vale destacar o leite recebido por doação e o esforço para adquirir um novo aparelho de TV pela via do crediário. Desse modo, vislumbra-se a importância e a centralidade da televisão no cotidiano dessa senhora. A antropóloga Ondina Fachel Leal, na análise a respeito dos diferentes entendimentos e apropriações da novela das oito entre dois grupos sociais distintos – um formado pelas classes populares e outro pela classe dominante –, localizados em lados opostos na estrutura social em relação a “posse e possibilidade de posse de bens simbólicos institucionalmente consagrados” (1986, p. 28), reafirma a centralidade da televisão para as classes populares. No ensaio fotográfico que inicia seu trabalho, ressalta os espaços aos quais são destinados os aparelhos: são adornados com vasos e toalhas de crochê nas salas das classes menos favorecidas, e são guardados dentro de estantes nas classes mais abastadas.

Na pequena casa de Dona Marlene, todos os cômodos possuíam um aparelho de TV, com exceção da cozinha que abrigava um rádio.¹⁰ Sua TV de tela de plasma não consegue ser adornada como na descrição de Leal, porém ela mesma enfeita a sala dessa senhora, que fez questão de ligar o aparelho para mostrar as belas imagens.

¹⁰ Em relação ao rádio, a semelhança entre as preferências desse grupo de entrevistadas – vinculadas à produção informal da TV – e as daquele analisado por Renata Macedo (2013), acerca das empregadas domésticas na cidade de São Paulo e região metropolitana. Algumas das emissoras mencionadas pelas entrevistadas de Macedo coincidem com citadas aqui: Terra AM, Globo, Tupi AM, Axé Band FM e emissões religiosas (católicas) como aquelas de Padre Marcelo. Em ambos os grupos, as entrevistadas afirmam que as emissões as acompanham quando fazem o serviço doméstico (e também no trabalho, como no caso das pesquisadas por Macedo). No Divã do Gikovate ou a CBN não são apontadas por nenhuma entrevistada, indicando que não pertencem ao gosto desses grupos. De outro lado, o acesso à internet a partir das próprias casas é ainda pouco mencionado em ambas as pesquisas; ademais, relativamente poucas são as entrevistadas que possuem computador em casa. Para mais detalhes a respeito do consumo cultural dessas trabalhadoras domésticas, ver especialmente o capítulo “Do ‘brega’ ao pop: consumo cultural entre empregadas domésticas em São Paulo” (MACEDO, 2013).

A entrevistada chamou a atenção para sua casa, que julgava abafada, e para seu quarto, que tinha apenas uma janela interna, aberta para a sala. A casa era rodeada por outras construções, impossibilitando a abertura de uma janela para fora. Era para conseguir reformá-la que seu neto havia escrito ao SBT. Pelo fato de, em sua percepção, a TV nova esquentar menos que a anterior, ela, conseqüentemente, esquentaria menos a casa. Além das boas imagens, essa seria outra qualidade do aparelho.¹¹

Em relação às telenovelas preferia as do SBT, pois eram veiculadas no período vespertino, e não à noite, como as da Rede Globo. Já sua neta preferia as desta emissora. Dona Marlene assistia a todas veiculadas no período (início de 2011): *Pérola e Maria à tarde*, depois *Ratinho* e *A História de Ana Raio e Zé Trovão*, entre 22h ou 22h30. Suas preferências, se analisadas por meio da abordagem da antropóloga Almeida (2002), também podem ser entendidas como quais tramas narrativas eram mais próximas de sua experiência. Dito de outro modo, em que medida essa senhora conhecia as regras e convenções desse gênero narrativo, conseguindo acompanhar suas diferentes versões em horários e emissoras diferentes. Em sua etnografia em Montes Claros, Almeida percebeu que moças mais jovens, escolarizadas e vindas de cidades, preferiam acompanhar a novela da sete da Rede Globo, por exemplo, pois possuía uma linguagem mais dinâmica e temática urbana, em relação à novela das seis (mais açucarada, também vista por crianças). Por outro lado, senhoras com pouca escolaridade e vindas do meio rural tinham dificuldade para acompanhar a trama da novela das sete (às vezes, mesmo a das oito) e preferiam as novelas do SBT (“novelas mexicanas”) e programas de auditório.¹²

¹¹ Dona Marlene mora numa construção mal ventilada, cujo acesso é bastante difícil, sobretudo, para uma senhora idosa: é preciso subir uma longa escada para chegar a seu pavimento.

¹² A respeito dessa discussão, ver Almeida (2002), especialmente o item: “As linguagens da televisão e seu aprendizado” (p. 153 e ss.). Outra entrevistada, participante da plateia, comentou que assistir a alguns programas, em casa e na plateia, fazia-lhe aprender e a repensar sua vida. Ela aprendia com os comentários de Christina Rocha e lembrou com carinho das gravações de Gasparetto, um apresentador formado em psicologia e espírita que também dava conselhos aos participantes. Depois, associa esses comentários de que gostava às mensagens passadas nas novelas. Diz Neide: “[...] Era muito bonito de escutar [o programa do Gasparetto], a gente aprendia, como as novelas da Globo. Não que eu seja puxa-saca da Globo, mas as novelas são muito exemplo. Cada novela tem um sentido, de droga, de tudo. Nossa, eu fiquei, eu gosto das novelas por causa disso, mas é mais da Globo, do SBT, é mais mexicano...[abaixa o tom de voz para falar]. Então, acho que as mulheres assistem porque elas se veem lá. Sempre tem uma história que é a sua. Você assiste e você vê. Acho que é isso, eu vejo assim” (NEIDE, entrevista, 2/2/2011). Ao se identificar com as personagens e com as situações narradas, os telespectadores repensam suas próprias histórias, num movimento de reflexividade.

A relação com a televisão é distinta, se for considerada a escolaridade das entrevistadas. Clara é uma paranaense branca de 55 anos, casada e mãe de três filhos. Finalizou o Ensino Médio em 2009, por meio da Educação de Jovens e Adultos (EJA), oferecido numa escola próxima ao apartamento em que reside, há 26 anos, com a família, localizado num bairro vizinho ao de Dona Marlene. Integra a mesma caravana há dois anos. Anteriormente não tinha disponibilidade, pois cuidava do pai e do irmão doentes, além de trabalhar numa escola como inspetora de alunos. Essa não é, contudo, a primeira vez que Clara participa de programas televisivos. Quando sua filha era adolescente, costumava acompanhá-la nas gravações de quadros em que roupas e produtos de beleza eram divulgados.

Clara também considera a ida às emissoras como uma atividade de lazer que faz com amigas e a irmã:

Gosto porque eu sempre... teatro, sabe essas coisas? Isso me fascina e como tem acesso fácil, eu vou sempre que me chamar e eu puder. [...] hoje em dia, eu sei, muitas pessoas gostam de imagem, de aparecer. Meu objetivo não é esse, é que eu gosto de assistir. Tudo. Câmera, o jeito de fazer. Eu adoro. Eu chego e presto atenção em tudo. Não me canso. É por isso que eu vou.

[...] o benefício que eu tenho – de sair – às vezes, as pessoas dizem, ‘ah, você vai deixar a sua casa? Pegar um ônibus, ir até lá?’ Mas, para mim, eu me sinto bem. Entrar num ônibus que tem gente de todo jeito, toda a espécie... Eu gosto de povão, eu me sinto bem (CLARA, entrevista, 25/2/2011).

Para a entrevistada, é uma atividade tal como um teatro, à qual “tem acesso”. Além disso, aprecia a proximidade do universo televisivo. Uma das hipóteses para essas mulheres envolverem-se com as caravanas e deixarem-se fascinar pela produção televisiva seria a falta de opções – poucos equipamentos públicos ou privados de lazer – nos bairros onde residem. Essa hipótese é plausível, na medida em que é conhecida a concentração de cinemas, teatros, parques e praças, entre outros, nas regiões centrais da cidade. Contudo, Clara afirmou ter feito cursos de artesanato e teatro, bem como suas filhas, em instituições próximas à sua casa. Outra hipótese seria a falta de recursos para consumir esses bens; algumas delas, porém, também frequentam programas que precisam pagar à caravanista (como a ida à igreja ou à emissão do Gugu, por exemplo). Desse modo, não seria adequado que se generalizassem as situações mostradas por algumas integrantes para todas de uma mesma caravana. Para esta entrevistada, integrar esse grupo é uma entre outras opções de lazer, talvez a que tenha “acesso [mais] fácil”, mas não é a única.

Em relação ao acesso, vale ainda lembrar a irmã deficiente de Dona Marlene que já frequentou a plateia de Raul Gil. Ela não participou mais vezes, pois a irmã, já idosa, tem dificuldade para cuidar dela. Segundo Dona Marlene:

Já levei umas duas vezes essa minha irmã, na Record, no Raul Gil. Ela gostou, dançou, batia palma. Mas eu parei de levar porque ela não ouve, saía correndo e entrava no banheiro dos homens. E eu tinha que sair correndo atrás dela e entrar também. Outro dia, ia fechando o estúdio e cadê ela? Entrou no banheiro dos homens. Tive que voltar para pegar ela. Olha? Perigoso... Não vou levar mais não. Dá muito trabalho. Parei de levar e ela fica aí. Quando eu saio, ela diz ‘já vai? Vai bater palma?’. Eu digo ‘vou bater palma’. Saio, vou e a deixo aí (entrevista, 26/2/2011).

É uma atividade que, em alguma medida, aceita a participação de uma senhora deficiente. Ademais, é uma oportunidade para sair do espaço doméstico, cotidiano, e encontrar-se com outras pessoas, “de toda a espécie”. Clara não se vê entre pares quando está na caravana – ela se diferencia “do povão”. De fato, possui maior escolaridade em relação às colegas e tem mais consciência do papel que desempenha no palco – é uma atividade importante porque compõe o show.

Como sua colega Marlene, gosta de assistir à televisão. No entanto, com este ato, adquire informações práticas das emissões matinais e vespertinas destinadas ao público feminino, como *Mais Você* (Rede Globo) e *Mulheres* (Gazeta), nos quais são ensinadas receitas culinárias e artesanato, bem como há entrevistas com profissionais da área da saúde. Com o que aprende na televisão – e também na internet –, produz artigos para serem consumidos por sua família e outros destinados à venda em seu condomínio.¹³

Dona Marlene tem uma relação instrumental com a televisão, pois se aproxima dela para se divertir, assim como busca receber uma ajuda material, seja em dinheiro (resultado dos jogos de que participa), seja em espécie (a dentadura e a reforma da casa que não ganhou, ou o celular e as bijuterias). Entretanto, a relação estabelecida é mais imediata e direta se comparada à de Clara, tanto porque tenta receber concretamente ajuda da emissora (solicita os prêmios ou compete por eles), quanto porque sente que é próxima do mundo artístico – ao frequentar auditórios, é possível “conhecer os artistas, os cantores, tudo de pertinho” (DONA MARLENE, entrevista, 26/2/2011). Decidir não pedir ajuda ao Silvio (“pessoa física”), naquele contexto de crise para o Grupo Silvio Santos, mostra o quanto se sente próxima à pessoa do apresentador – aquele não seria o momento para lhe demandar ajuda, uma vez que poderia de alguma maneira prejudicá-lo.

¹³ Clara vendia, na época da entrevista, sabonetes de glicerina perfumados, mas também já tinha feito alimentos congelados para fora.

Sergio Miceli, em *A Noite da Madrinha* (2005), ressalta o outro lado da construção dessa relação de proximidade entre apresentador/telespectador e apresentador/plateia, criada e mantida por ambos. Ele investigou o modo como Hebe Camargo se dirigia ao público, seu jeito doce e familiar, seus trejeitos, que cativavam quem a assistia em casa e no auditório.

Essa proximidade também faz com que as integrantes da plateia entrem em contato com os artistas em seu cotidiano de trabalho. Ao observá-los, pensam em si próprias, comparam-se, e pensam na diferença entre vê-los na tela e na gravação. Estar nas gravações, além de assistir aos programas em casa, faz com que essas mulheres aprendam sobre si e sobre a própria televisão. Jéssica destaca a reflexão que lhe é suscitada pelos comentários dos apresentadores:

A gente aprende para caramba. E depois que a gente sai, a gente comenta, uma coisa engraçada que aconteceu ou um conselho que eles deram e serviu para uma ou outra. A gente sempre comenta. A televisão não é só para a diversão, tem coisa que acrescenta na vida da gente (entrevista, 25/1/2011).

Clara é uma mulher inteligente, curiosa, que gosta de aprender com a televisão. O aparelho de tela de plasma reina na pequena sala de seu apartamento: as emissões a acompanham ao longo do dia, enquanto realiza as tarefas domésticas. Elas a conectam ao mundo em diferentes sentidos: ensinam “novidades”, a fazer produtos (receitas culinárias, sabonete, perfume) possíveis de serem comercializados em seu condomínio. A TV também a informa sobre doenças, tratamentos médicos, medicamentos, acontecimentos políticos. E são informações que a entrevistada contrasta com sua realidade. Em duas ocasiões – quando relatava a história do irmão e a do pai, afirmou –, que já conhecia a “síndrome” que acometera o pai e os efeitos colaterais do remédio do irmão – sempre por meio de informações veiculadas na TV. Pelo fato de “saber”, acredita ter conseguido informar melhor os médicos que cuidaram dos dois familiares a respeito de suas doenças e sintomas.

Ela afirmou aprovar o governo de Luis Inácio Lula da Silva, porque, desde 2002, seu marido tem um emprego com carteira assinada; com o Bolsa Família, não vê mais crianças e mulheres pedintes nas ruas próximas à sua casa, tampouco no comércio de sua irmã, localizado num bairro vizinho ao seu.

Clara não tem uma relação ingênua com a produção das emissões. Ela costuma frequentar o único programa de auditório que paga a cada uma das integrantes da plateia (*A Praça*). Diz:

Acho que é o único programa da televisão que remunera assim. Porque é um trabalho. Tem que ter retorno. Esse final de ano mesmo passou, mostrou o auditório, mostrou como é feito para ter o retorno. Não é que as pessoas vão lá e riem espontaneamente. Eles mostraram. Inclusive, foi eu e minha irmã; gravaram a gente lá, para chamar a semana toda. Eu e ela ficamos na chamada no ar. [...] Mostravam o desfecho da piada e as risadas em seguida [...] as pessoas não riem de vontade, ali é programado [...] mostraram os bastidores. Eles precisam das pessoas. Ninguém vai se sujeitar, chegar lá e... é difícil. Eu já me acostumei, já tenho esse... sabe? Já dou risada. Artisticamente... É um trabalho, é um trabalho.

[...] eu sei entrar e sei fazer a minha parte, então não me sinto ofendida. Mas a gente vê que tem certas coisas que ofendem legal as pessoas... na Bandeirantes... no SBT não. Eu já vi pessoas saindo do auditório, sendo retiradas porque não estavam se comportando. Ali não pode mexer. Eu vou porque eu sei que eu aguento fazer o que eles estão pedindo. [...] está ao meu alcance e não me agride (entrevista, 25/2/2011).

Como explicitado no trecho citado, a entrevistada percebe sua participação como um trabalho artístico, específico, para ser realizado num programa de humor; por isso, é pago. Refere-se à sua atuação como o resultado de um contrato de trabalho: certo desempenho é demandado, ela sabe o que deve ser feito e faz, tal como pedido.

Sua escolaridade permite a ela uma melhor compreensão dos meandros da produção – “as pessoas não riem de vontade, ali é programado”, assim como de sua inserção nessa cadeia produtiva. Dona Marlene, por outro lado, exemplificaria um tipo de participante oposto ao de Clara. Embora o universo televisivo lhe seja familiar por frequentá-lo há anos, ela parece não dominar as nuances da linguagem televisiva, ao gostar mais das novelas que seguem o padrão melodramático, como as do SBT, bem como por não considerar sua atuação junto à caravana – seja “fazendo plateia”, seja em outras “distrações culturais” – como uma forma de trabalho.

Um longo trecho de sua entrevista evidencia, para alguém não implicado nessa lógica de sociabilidade, a falta de consciência da entrevistada a respeito do uso de sua força de trabalho; em outros termos, de sua exploração. Dona Marlene relatava as saídas que fazia com o grupo da caravana, além das emissoras. Para ela, essas saídas eram consideradas passeios, na medida em que eram atividades de lazer. Entre visitas a igrejas e idas ao litoral sul, participou da gravação do CD de uma jovem cantora. Segundo Dona Marlene:

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

Como é que é? Ela é cantora?

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

São Vicente?

Não, filha. Esqueci...

A senhora foi para a praia?

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

E como a senhora conseguiu?

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

Para gravar?

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

E a senhora tem vontade de ir?

E eu estou dentro! E eu estou dentro!

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

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

E vocês foram para um estúdio?

Foi. Um estúdio.

E a senhora sabe cantar bem?

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

E pagaram vocês?

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

Foi legal?

Foi legal, gostei!

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

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

E novinha, né?

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

Dona Marlene não sabia aonde foi levada, nem a cidade, nem o local da gravação. Ela e mais outras oito pessoas cantaram com a estreante Patrícia, uma jovem “muito legal

[...], muito dada com o povo”. Embora tenham cantado repetidas vezes, gravado, Dona Marlene e o grupo não foram remunerados financeiramente. Ganharam um lanche o qual puderam comer “à vontade”: refrigerante e uma caixa de esfihas abertas (que ela confundiu com pizza). Por outro lado, a caravanista é quem faz a mediação e, aos olhos da entrevistada, talvez ela tivesse recebido por esse trabalho, bem como organizasse outro, ainda maior.

As expectativas de Dona Marlene e da caravanista são diferentes: enquanto a primeira considera essa atividade um divertimento que, mesmo sem saber cantar ou ler a letra da música, ela pode acompanhar; a segunda a considera um trabalho que deve ser remunerado. Reunir o grupo e deslocá-lo, para a caravanista, são atividades financeiramente remuneradas. Estar com as amigas, passear por caminhos que desconhece, cantar num estúdio e ser bem tratada pela menina “dada com o povo”, alimentar-se, constituem partes de uma atividade de lazer – que por si só já parecem recompensar o tempo e a força de trabalho despendidos.¹⁴

Dona Marlene e suas amigas parecem não atinar para o que será feito posteriormente com o registro de sua voz, ou mesmo com suas imagens na televisão, que irão compor um bem cultural e, em alguma medida, serão rentabilizados pelas emissoras ou gravadoras. Há uma cadeia de produção e de profissionais por trás desses bens da indústria cultural, da qual as integrantes de caravanas são somente uma parte. Elas ocupam uma posição inferior na hierarquia da produção: abaixo da caravanista, do “homem” produtor e da cantora Patrícia.

O PÚBLICO DO TEATRO: FREQUENTADORES DE *NO DIVÁ DO GIKOVATE*

A sua pesquisa vai ficar espriada, porque é muito diferente o público de um e de outro. Não tem nada ver. Nada a ver! São pessoas de outra classe social, outra mentalidade, outra idade, vai ficar bem, bem... diversificado. (MAURÍCIO, entrevista, 30/4/2010).

Como bem ajuíza o entrevistado Maurício, o público que frequenta as gravações no Teatro Eva Herz, no interior da Livraria Cultura, é distinto daquele da televisão. No

¹⁴ Inspirando-se num dos sentidos que Nathalie Heinich (2011) destaca em sua reflexão de acerca do “consumo de celebridades”, qual seja, a de um modo de engajamento social, pode-se considerar a participação no cotidiano de uma caravana também como uma maneira de pertencimento, de engajamento a uma atividade, de criação e manutenção de vínculos com pares. Assim, numa interpretação possível do cantar ou bater palmas, dizendo brevemente as atividades realizadas por essas senhoras, estaria a ideia de pertencimento.

teatro, trata-se de um público com um maior capital econômico, social, cultural, permitindo traçar um estilo de vida diferente daquele experimentado pelo primeiro grupo.

Embora muitas vezes não possua formação na área da saúde ou, mais especialmente, na área “psi”, o público pesquisado do Dr. Gikovate interessa-se por temas relacionados, buscando algum tipo de conhecimento nesse campo, donde o consumo de diferentes bens culturais – emissões de rádio, livros, colunas em jornais e revistas, palestras, filmes – acerca do assunto. Alguns até mencionam uma afinidade de longa data, desde o período em que escolhiam sua formação no ensino superior. Outros fazem referência a uma busca recente.

Silvia é uma assídua participante das gravações. Aos 63 anos, formada em Jornalismo pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, trabalha como secretária num escritório próximo ao Conjunto Nacional. Ela deixa seu carro no estacionamento do prédio onde trabalha e caminha pelo bairro Jardim Paulista para chegar ao teatro. Na maioria das vezes vai acompanhada por sua irmã, Cristina, e uma amiga, Aurora, ambas já aposentadas, viúvas e poucos anos mais velhas. Como Silvia, elas também cursaram o ensino superior e trabalharam fora. Ambas residem relativamente próximas do local das gravações, uma na Vila Nova Conceição e outra em Higienópolis.

Tal qual a irmã, Cristina sempre trabalhou como secretária executiva. Depois de formada em Relações Públicas, na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), cursou por três anos Comunicação Social na mesma instituição, porém não se formou. Já Aurora, além da graduação em Letras na Universidade Presbiteriana Mackenzie, é formada em inglês pela Cultura Inglesa, tendo sido professora de português e inglês em escolas particulares e, também, secretária executiva. Ela é uma entre os entrevistados que afirmou ter desejado estudar medicina. Na época do vestibular, porém, com o falecimento do pai, precisou conciliar seus estudos e trabalho, o que a impediu de seguir essa formação.

Participar da gravação é uma entre outras atividades que elas fazem nos momentos de lazer: frequentam ainda, no mesmo teatro, a gravação de outra emissão da CBN, *Fim de Expediente*; ¹⁵ costumam ir ao cinema, “na região da Paulista”, a concertos

¹⁵ *Fim de Expediente*, apresentado por um escritor, um ator e um economista (respectivamente, José Godoy, Dan Stulbach e Luiz Gustavo Medina), é veiculado nas noites de sexta-feira pela CBN e, desde 2007, possui o formato “com plateia”, isto é, tal qual o programa

musicais, realizados no Museu da Casa Brasileira, no Jardim Paulistano, e na Sala São Paulo, em Santa Cecília.

As três já tinham familiaridade com a produção e a trajetória do Dr. Gikovate, quando a emissão da CBN foi ao ar. Aurora e Cristina encontravam com ele nas idas ao cinema – “ele ainda tinha cabelos pretos e era gordinho”, indicando o longo tempo que o conhecem, já que ele próprio afirma, nas gravações, ter sido mais gordo na mocidade.

A jovial secretária Silvia tomou conhecimento da obra do psicoterapeuta a partir dos escritos semanais na *Folha de S. Paulo* (FSP), ainda na década de 1980.¹⁶ Naquele momento, ela começava a repensar seu casamento. Algum tempo depois, separou-se. Desde então, vive com sua única filha (que, atualmente, é adulta e trabalha), fruto desse relacionamento. Elas moram num apartamento na região do aeroporto de Congonhas, no Campo Belo. Diz a entrevistada:

Quando você lê alguma coisa de alguém que você acha interessante, que levanta uma polêmica, você acompanha. Uma forma de eu acompanhar o Gikovate era eu ler as colunas dele. Eu me lembro de uma dessas colunas que ele escreveu era sobre o tal príncipe encantado, que ele voltou num desses livros. É que todo mundo acha que quer um príncipe encantado. No final, esse príncipe não é tão encantado assim. [...] na época que eu comecei a ler Gikovate, foi uma época em que eu comecei a repensar o meu casamento. Como eu gostava das coisas que ele escrevia, eu lia cada vez mais (SILVIA, entrevista, 11/5/2010).

As leituras das colunas do Dr. Gikovate, de alguma forma, ajudaram-na a refletir sobre sua vida conjugal. De maneira introspectiva, amadureceu a ideia da separação. Ela lembra que não comentava com pessoas próximas o que estava acontecendo em seu casamento, tampouco fez uma psicoterapia (“análise”), como seus colegas do escritório, que se separavam no mesmo momento. Por que estava com uma condição financeira difícil durante a separação, encontrava nesses artigos e em filmes “uma catarse”. Silvia menciona ainda um “livro de autoajuda”, lido nesse período:

Livro de autoajuda eu só li um até hoje e quando eu fechei, disse: ‘não me serviu para nada’. Era um livro que, na época que me separei estava muito na moda, era... Como era o nome? Não sei o quê das borboletas. Era uma americana que tinha casado com um executivo e tal, ela se separou, já estava com 45 anos e ficou desgostosa, teve que retomar a vida. Não serve isso para mim. Nunca parei de trabalhar. Eu falo até hoje para a minha filha. Hoje, o melhor marido é um bom emprego (SILVIA, entrevista, 11/5/2010).

do Dr. Gikovate, ele é realizado no Teatro Eva Herz. Essa gravação, entretanto, ocorre mensalmente e é transmitida ao vivo.

¹⁶ A entrevistada parece confundir os jornais, pois afirma que lia sua coluna em *O Estado de S. Paulo*. A coluna da FSP foi publicada entre 1980 e 1984, de acordo com o site oficial do psicoterapeuta (Acessado em 1/3/2013).

Ainda que não se identificasse com a autora do livro, essa e outras leituras proporcionavam-lhe um material para repensar sua relação com o marido, na época, e sua própria condição feminina (de mulher, esposa, divorciada, secretária, mãe etc.). Para Silvia, os comentários do psicoterapeuta chegaram por via de suportes diferentes, sendo o programa de rádio somente um deles. Trata-se de um entre outros bens culturais que trazem orientações em emissões de rádio, colunas de jornal, livros, filmes.¹⁷

Os artigos do Dr. Gikovate publicados na mídia impressa ainda integram, para essa entrevistada, seu leque de leituras cotidianas, das quais faziam parte, no momento da entrevista, a FSP e a revista *Veja*, especialmente as colunas da escritora Lya Luft e da psicanalista Betty Milan, os sites de notícias UOL e Terra. Constituem esse repertório, os noticiários veiculados pelas rádios CBN (da qual citou os comentários de Lucia Hipólito, Arnaldo Jabor, Max Gehringer e Mauro Halfeld) e Jovem Pan, ouvidas por ela em seu trajeto de carro entre a casa e o escritório, de manhã e à noite.

Silvia aprecia os comentários de especialistas que atuam de maneira semelhante a do Dr. Gikovate, porém tratam de assuntos pertencentes a outras esferas da vida social. Eles comentam e fornecem explicações – a respeito da política brasileira e internacional, de fatos (extraordinários) que aconteceram no mundo (de eleições na Venezuela a atentados “terroristas”), de relações profissionais, de investimentos no mercado financeiro –, em algumas situações, sugerem como a pessoa deve agir.

Outro entrevistado menciona um desses comentaristas da rádio como sendo “o Gikovate profissional”, ou seja, ele daria também orientações aos ouvintes tal como o psicoterapeuta, porém, neste caso especialmente, em relação ao mundo do trabalho. Diz Otavio, um funcionário público de 53 anos:

Existe uma pessoa na CBN – eu ouço muito a CBN – que entra as cinco para às oito da manhã, todo o dia. É o Max Gehringer. Ali, o pessoal sempre manda e-mail para ele, problemas profissionais: ‘o que eu faço?’ ‘O meu currículo, será que eu escondo isso?’ ‘A minha empresa está assim.’ ‘O meu chefe é isso.’ É sempre isso, problemas profissionais. E ele é o Gikovate profissional, ou com relação ao trabalho (OTAVIO, entrevista, 8/6/2010).

A fala desse entrevistado permite chamar a atenção para outro aspecto do discurso terapêutico, que se estende do seio da família ao mundo do trabalho. O mesmo “estilo afetivo terapêutico” na comunicação (ILLOUZ, 2008), ou seja, para falar de si, de sua

¹⁷ Illouz (2008) aponta essa mesma circulação do discurso terapêutico pelas diferentes indústrias culturais estadunidenses – televisão, cinema, imprensa escrita, mercado editorial.

situação e da situação de outros, e uma postura reflexiva são exigidas numa e noutra esfera.

O consumo de bens culturais semelhantes aos produzidos pelo Dr. Gikovate é, portanto, uma atividade comum aos frequentadores do teatro. Um engenheiro de 35 anos, solteiro, residente à Vila dos Remédios, costuma acompanhar a programação oferecida pelo Centro Cultural e de Estudos Superiores Aúthos Pagano, no Alto da Lapa – “Eles têm um café filosófico lá, aos sábados à tarde. Eles gostam de falar de Carl Rogers, Platão, essas coisas” (LUCAS, entrevista, 1/5/2010),¹⁸ referindo-se ao formato veiculado pela TV Cultura, no qual especialistas de diversas áreas, sobretudo filósofos, psicólogos e psiquiatras, discorrem a respeito de um tema contemporâneo; abre-se a seguir uma discussão com a participação do público presente.¹⁹ Esse entrevistado frequenta também o Teatro Eva Herz para assistir a peças teatrais e outras unidades da Livraria Cultura, especialmente a do Shopping Villa-Lobos, na qual gosta de acompanhar eventos “voltados à psicologia”. Segundo o entrevistado, “eu me interessei muito, leio muito sobre assuntos relacionados à psicologia, à filosofia. Então, por exemplo, se tivesse alguma coisa hoje, ele [Gikovate] de novo aqui [no Teatro Eva Herz], eu iria participar” (entrevista, 1/5/2010).

A engenheira química, Livia, de 36 anos, também busca um aprendizado quando vai ao teatro. No momento em que foi entrevistada estava desempregada. Entretanto, quando ainda trabalhava numa empresa na Vila Leopoldina (na qual permaneceu nove anos), ao voltar para casa em São Bernardo do Campo, costumava parar no Conjunto Nacional e acompanhar as gravações. Diz ela,

Não estou ali no auditório para ouvir a palestra do Gikovate porque ele é legal. Não. Eu quero aprender. Se não for para aprender eu nem vou. Acho que a gente tem tão pouco tempo para aprender que quando eu posso, eu quero

¹⁸ Carl Rogers, fundador da “psicologia humanista”, foi um dos profissionais mencionados por Eva Illouz responsável por divulgar nos Estados Unidos a teoria freudiana. Seus livros, segundo Illouz circulavam entre leitores especializados (outros profissionais da psicologia) e o grande público (cf. ILLOUZ, 2008, p. 159 e ss.). Trata-se de um profissional com uma atuação, *mutatis mutandis*, semelhante a do Dr. Gikovate, pois o brasileiro também tem sua produção voltada ao grande público. Ademais, ambos defendem, a partir de abordagens distintas, o desenvolvimento individual por meio do autoconhecimento, sendo este alcançado ou por meio da apropriação de um saber ou por meio de terapia.

¹⁹ Essa emissão tem sua origem, no Brasil, na Livraria Cultura, entre o final dos anos 1990 e início dos 2000. Olgária Matos, atualmente professora titular aposentada do Departamento de Filosofia da Universidade de São Paulo e professora titular da Universidade Federal de São Paulo, foi uma das primeiras a participar desses encontros. Posteriormente esse formato foi para a televisão, sendo realizado pela TV Cultura.

aprender. Quero que me traga algum conteúdo, senão descarto rapidinho (LIVIA, entrevista, 20/4/2010).

A entrevistada parece tentar empregar seu tempo livre em atividades que lhe renderiam “aprendizagem” – ela procura as “palestras” do psicoterapeuta por lhe proporcionarem “conteúdo”. Ela frequenta outros eventos na livraria – outras “palestras” – e espaços diferentes, como o de “Reinaldo Polito”, a fim de “complementar seu conhecimento” e “desenvolver uma habilidade”. Com tais atividades, procura se aproximar da psicologia e de “temas na área de humanas”. É notável a instrumentalidade de sua busca: um tempo investido e “aprender” algum “conteúdo” como retorno.

Por exemplo, têm muitos caras de autoajuda que dão palestras. Eu venho quando dá. Já vim ver shows gratuitos, tem uns gratuitos bem legais. Lançamento de algum livro. Como eu recebo [a programação mensal da livraria] eu vejo ‘ah, esse livro parece legal’, tem uma palestra sobre ele? Eu venho. Se a exposição do autor for realmente legal, vale a pena, eu compro. É uma compra até mais correta e mais fundamentada. Sempre temas que me agradam. [...] Eu gosto muito dessa área de psicologia, apesar de não ser da área de humanas [...] sempre que tem temas na área de humanas eu venho para complementar o meu conhecimento. Desenvolver uma habilidade que talvez eu não tenha desenvolvido tanto. Gosto bastante dessa área, história, sociologia, até porque seria um tédio vir para uma palestra de exatas. Nem tem, não existe [...]. Hoje de manhã fui a uma palestra no Reinaldo Polito, que foi do Simon Franco. Foi legal, ele é um *headhunter*. Tudo que envolve pessoas me interessa bastante (LIVIA, entrevista, 20/4/2010).

O espaço “Reinaldo Polito” tanto abriga as palestras e os cursos ministrados pelo próprio Polito, “Professor de Expressão Verbal”, quanto os de outros especialistas. Simon Franco, chamado pela entrevistada de “caça talentos”, foi um deles.²⁰ Pode-se dizer que ambos atuam no “mundo corporativo” e são especialistas, *grosso modo*, em “relações interpessoais” no trabalho. Ensinam como as pessoas podem se desenvolver, em diferentes aspectos, a fim de ter bons resultados na carreira profissional. Por meio de conteúdos distintos daqueles mobilizados pelo Dr. Gikovate, nomeados de modo abrangente como pertencentes ao campo da administração, os três profissionais desempenham uma atuação semelhante na medida em que, pela via de orientações e conselhos oferecidos em suas palestras e livros, tentam ajudar seus espectadores, leitores e ouvintes a alcançarem um “bom desempenho”, “sucesso” ou “felicidade”, seja no

²⁰ Para mais informações, ver os sites: “Reinaldo Polito” (Disponível em: <<http://www.polito.com.br/portugues/default.php>>. Acesso em: 25/4/2013) e “Simon Franco Solução Inteligente” (Disponível em: <<http://www.simonfranco.com.br/Site/Paginas/index.html>>. Acesso em: 25/4/2013). Nos sites indicados, é possível contratá-los para ministrar palestras e cursos, para uma pessoa ou um grupo, bem como adquirir seus livros.

mundo do trabalho, seja no da família. Fornecem, para tanto, modelos, roteiros práticos de como agir a fim de se atingir os objetivos perseguidos.

Entre as atividades cotidianas de Livia, figura uma emissão semanal em áudio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), na qual são veiculados resultados de pesquisas financiadas pela instituição.²¹ Sobre essa emissão (via podcast),

É tudo no ramo da ciência, têm temas que são bem complicados, você fala ‘como o cara pensou nisso?’, mas tudo bem. É bem legal saber que alguém pensou naquilo. Se você for ver é um nível, não é qualquer um para ouvir aquilo. Não ia entender nada. Tem que prestar atenção, porque usa muito termo técnico (LIVIA, entrevista, 20/4/2010).

Outra entrevistada, a amiga de Silvia, citou produções escritas de psiquiatras, voltadas ao grande público, que também apreciava ler – Angelo Gaiarsa, Paulo Gaudêncio e Guido Palomba. Os dois primeiros estudaram, tal qual Dr. Gikovate, na Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo. Os três mencionados por Aurora são autores de muitos livros, sendo que Gaiarsa e Gaudêncio voltaram-se à divulgação,²² enquanto que o psiquiatra forense Palomba produziu artigos e livros cuja circulação é mais científica e formal, no sentido de ser dirigida aos pares médicos e juristas. Diz Aurora:

Eu gosto de tudo o que é psiquiatria, psicanálise. Isso sempre me chamou a atenção. E os livros dele [Gikovate] sempre me chamaram a atenção. Eu li muito, às vezes em biblioteca, às vezes na própria livraria, às vezes eu compro. Os livros dele eu acho deliciosos. [...] Eu o conheci pelos livros há muitos anos. Se bem que ele também escreve em algumas revistas e jornais. Na Folha [de S.Paulo] e no Estado [de S.Paulo], às vezes, têm artigos dele... Não é sempre, pois não é um colunista contratado. Esporadicamente sai um artigo dele de que eu gosto de ler. Não é só dele, há vários outros psicanalistas e psiquiatras de que eu gosto: o Angelo Gaiarsa, o Paulo Gaudêncio, o Guido Palomba... Quando é psiquiatra eu gosto (AURORA, entrevista, 4/6/2010).

O público do Dr. Gikovate consome variados bens culturais que integram essa “cultura psi”: livros, jornais e revistas, “eventos” em livrarias – lançamentos de livros,

²¹ Vale chamar a atenção para a importância que essa moça, solteira e sem filhos, dava ao aprendizado e à sua formação. Depois da graduação, fez dois cursos de especialização (MBA’s), um na Fundação Getúlio Vargas (FGV) e outro no Centro Universitário da Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), além de falar inglês e alemão. Ela foi a primeira a responder positivamente ao convite de ser entrevistada para esta pesquisa.

²² Em sua trajetória, Gaiarsa também teve uma participação no programa Dia-a-Dia (Band), entre 1983 e 1993, no qual respondia a perguntas de espectadores (cf. “Morre em São Paulo o psiquiatra José Angelo Gaiarsa”. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/815615-morre-em-sao-paulo-o-psiquiatra-jose-angelo-gaiarsa.shtml>>. Acesso em: 26/4/2013).

palestras, gravações de programas de rádio, peças de teatro –, emissões do estilo “café filosófico”, cursos, filmes. A emissão da CBN ajuda a compor, portanto, um leque amplo de bens, que o grupo precisa dispor de capital (não somente econômico, mas também cultural) para adquiri-lo. A possibilidade de circulação na cidade – por seus bairros mais centrais – permite aos entrevistados acessar e consumir, individual ou coletivamente, tal repertório. É um público que frequenta espaços de trocas de conhecimento e de formação intelectual informal (para aqueles que já cursaram o ensino superior e estão fora de seu circuito formal de “eventos acadêmicos”).

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Os sentidos atribuídos à participação em programas de auditório na TV, uma prática social de pouco prestígio, exercendo diferentes funções, não são evidentes a quem está apartado de sua cadeia de produção. Mesmo sendo trabalhos precários (sem um vínculo formal e com rendimentos mais ou menos regulares), que exploram a vulnerabilidade social de muitas pessoas, da perspectiva das mulheres contratadas informalmente, tais funções são importantes por tirarem-nas do insulamento familiar, por ajudarem-nas, conforme relataram, a manter a saúde não somente física como também psíquica. Em outras palavras, não se pode falar em uma simples manipulação da equipe de produção, pois há graus de remuneração que só são entendidos quando se remonta a trama de relações dessa cadeia.

Se fazer referência à manipulação não é suficiente para analisar essa trama que sustenta tal cadeia produtiva, é possível perceber a violência simbólica que subjaz na produção desses programas da TV, diferentemente da emissão veiculada na CBN. Ainda que obtenham muitas vantagens e recompensas, mais ou menos duradouras, elas não conseguem romper com suas posições rebaixadas na hierarquia social.

Em relação às diferentes apropriações do discurso terapêutico veiculado nos programas, pelos grupos sociais estudados, foi possível perceber que enquanto o programa de rádio é um entre outros bens culturais (livros, outras emissões de TV, palestras) consumidos pelos integrantes do Teatro Eva Herz, ou seja, o discurso terapêutico é procurado por esse público, sendo os comentários do Dr. Gikovate valorizados e um dos meios possíveis para acessá-lo; as emissões de TV configuram-se como uma das principais práticas culturais entre as integrantes da caravana, contatos e

caravanistas. Os comentários dos psicólogos da TV são uma das motivações – entre muitas outras – que mobilizam aqueles que formam suas plateias.

No Brasil, o discurso terapêutico é apropriado e divulgado de maneiras diferentes pela indústria cultural. As participações da plateia do Dr. Gikovate não são vistas e nem produzidas como vulgares tais quais são aquelas dos programas de TV. A gravação no teatro e a veiculação posterior na rádio são considerados formatos legítimos, isto é, integram uma prática cultural legítima para esse grupo, diferentemente dos outros dois programas.²³ Embora ocupem uma posição muitas vezes estigmatizada, os participantes da TV sentem-se recompensados, por percebem ganhos (matérias e simbólicos) em sua participação. Mesmo submetidas a uma violência simbólica, é uma prática cultural que lhes permite acessar outro mundo social, no qual elas têm uma existência diferenciada em relação ao cotidiano de mãe, trabalhadora, esposa... em algumas situações sociais, elas são reconhecidas por essa inserção e valorizadas por muitos que estão à parte dessa trama.

²³ Mesmo que os participantes do palco não tenham sido o foco da análise aqui empreendida, vale mencionar que, na televisão, problemas sociais são tratados como dramas individuais, despolitizando suas causas, e mesmo quando há temas mais psicologizados, ganham um tom jocoso ou são expressos por discussões acaloradas, fazendo com que os convidados do palco sejam apresentados e vistos de maneira depreciativa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Heloísa Buarque de. **“Muitas mais coisas”**: telenovela, consumo e gênero. Tese de Doutorado. Departamento de Antropologia/IFCH, Unicamp, Campinas, 2002.
- BERGAMO, Alexandre. **Os Artífices da Televisão**: Autonomia e Heteronomia no Campo da Televisão. Tese de Doutorado. Departamento de Sociologia/FFLCH, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. “Gostos de classe e estilos de vida”. ORTIZ, Renato (org.). Pierre Bourdieu: **Sociologia**. São Paulo, Ática, 1983.
- _____. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- FREIRE FILHO, João; CASTELLANO, Mayka; FRAGA, Isabela. ‘Essa tal de sociedade não existe...’: O privado, o popular e o perito no talk show Casos de Família. **E-compós**. Brasília, v. 11, n. 2, maio/ago. 2008.
- ILLOUZ, Eva. **O Amor nos Tempos do Capitalismo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2011.
- _____. **Saving the Modern Soul**: therapy, emotions, and the culture of self-help. California: University of California Press, 2008.
- HEINICH, Nathalie. « La consommation de la célébrité », **L’Année sociologique**, Paris, v. 61, n. 1, 2011. p. 103-123. DOI : 10.3917/anso.111.0103 Disponível em: <<http://www.cairn.info/revue-l-annee-sociologique-2011-1-page-103.htm>>. Acesso em: 23/2/2012.
- LEAL, Ondina Fachel. **A Leitura Social da Novela das Oito**. Petrópolis: Vozes, 1986.
- MARTINS, José de Souza. **A Sociabilidade do Homem Simples**: Cotidiano e História na modernidade anômala. São Paulo: Contexto, 2011.
- MEHL, Dominique. **La télévision de l’intimité**. Paris, Éd. du Seuil, 1996.
- MIRA, Maria Celeste. “O moderno e o popular na TV de Silvio Santos”. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. (orgs.). **História da Televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.
- MACEDO, Renata Guedes Mourão. “Do ‘brega’ ao pop: consumo cultural entre empregadas domésticas em São Paulo”. In: **Espelho mágico**: empregadas domésticas, consumo e mídia. Dissertação de mestrado. Departamento de Antropologia Social/FFLCH, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.