



De Câmara Cascudo às telas da TV: análise comparativa entre as faces do Diabo nos contos populares e na microssérie Hoje é Dia de Maria¹

Fernanda Coutinho Sabino²

Universidade Federal de Juiz de Fora – PET-Facom

Resumo

A apropriação da linguagem da cultura popular pela linguagem massiva, mais especificamente a televisiva, implica em uma série de processos de releituras e diálogos. O ponto de partida desta pesquisa está na confluência dessas linguagens em um programa exibido pela TV Globo em 2005, a microssérie *Hoje é Dia de Maria*. Supõe-se, de antemão, que o programa contém em sua construção características que vieram das manifestações populares. Para avaliar quais e como os processos de (re)apropriação acontecem entre linguagens, bem como as modificações de representações irradiadas ao/a telespectador/a, analisamos a trajetória do Diabo na microssérie, Asmodeu.

Palavras-Chave: Cultura Popular; Cultura Massiva; Televisão; Narrativa.

Introdução

A televisão é um meio de comunicação central para a formação do imaginário simbólico de telespectadores e grupos de pessoas. Na veiculação de programas, ela constrói representações a respeito de diversas esferas da vida social, que muitas vezes servem de inspiração e modelo às relações interpessoais. Existe, portanto, uma relação íntima entre a TV e a produção de modos de subjetivação na cultura (FISCHER, 2001).

Nosso ponto de partida para esta pesquisa está nos conteúdos e formatos televisivos, buscando a partir deles, refletir sobre possibilidades de rearticulação das lógicas e padrões normalmente veiculados. Para isso tomamos como objeto mais geral a microssérie *Hoje é Dia de Maria*, veiculada pela Rede Globo em 2005, após ter sua produção negada por quase 10 anos. Quando a microssérie foi anunciada na TV Globo um projeto diferente entraria em cena na televisão brasileira. O formato era inovador. À

¹ Trabalho apresentado no DT Comunicação Audiovisual da V Jornada de Iniciação Científica em Comunicação / Divisões Temáticas, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Fernanda Coutinho Sabino é recém-graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Foi bolsista do PET-Facom (MEC/Sesu) por três anos. Esta pesquisa foi orientada pela profa. Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho. Email: fcsabino@hotmail.com



primeira vista seria uma produção cujo objetivo era levar à cena massiva da televisão linguagens e elementos da cultura popular, buscando permanecer o mais próximo possível dessa forma cultural. As linhas que virão a seguir neste artigo, terão o intuito de perceber alguns momentos em que o popular foi relido pelo massivo e de que forma isso se deu por meio da análise do percurso de um de seus personagens.

Na realidade, o estudo do popular está diretamente relacionado com a própria contradição entre as classes. Sob as tentativas de homogeneização dos mercados e das culturas, própria dos tempos modernos, estão também os processos de resistência, apropriações e expropriações de elementos de uma classe para outra, de um segmento social para outro.

A partir disso, como pensar a cultura popular inserida no contexto de fortalecimento e expansão dos meios de comunicação de massa? Como essas duas formas convivem contemporaneamente?

Para responder mais pontualmente a esta pergunta, nos encontramos nesse trabalho com um sujeito muito misterioso e sedutor, que nos proporcionará descobertas interessantes. Podemos chamá-lo de Coisa Ruim, Encardido, Belzebu, Coxo, Cão, Cramulhão, Maioral, Pé-Preto, Não-sei-que diga entre outros adjetivos que suscitam interpretações tão interessantes quanto estes. Mas aqui ele terá um nome específico: Asmodeu, o diabo de sete faces de *Hoje é Dia de Maria*, que acompanha a menina em toda a sua saga. Para atormentá-la, é claro.

A caminhada da cultura popular nos contextos europeu e brasileiro

A curiosidade e o fascínio pelas manifestações da cultura popular existem desde que as diferenças de classes tornaram-se mais explícitas e o distanciamento entre elas suscitou curiosidade sobre tal cultura, restrita a partir de então a uma esfera mais limitada, transformando-se em objeto de observação. Entretanto, o contexto não foi sempre assim. Na Europa, até o século XVI, cultura de elite e cultura popular misturavam-se em diversos momentos, de formas menos distintas. “[...] os nobres participavam das crenças religiosas, superstições e dos jogos; as autoridades possuíam uma atitude de tolerância para com as práticas populares” (ORTIZ, 1985, p.07).

A situação ganha nova roupagem com a virada do século XVI para o XVII. Atitudes de caráter corretivo avançam sobre as classes populares. As fronteiras culturais tornam-se mais delimitadas. O desenho, agora, é de um quadro pré-industrial europeu,



no qual a classe dirigente impõe formas de comportamento e estilo de vida às demais classes, novas moradoras dos centros urbanos após um movimento de êxodo rural. Além disso, a chegada do Iluminismo e sua ideologia universal e racional, rejeitou as práticas populares vistas como irracionais e se incumbindo da iluminação das mentes para o progresso (ORTIZ, 1985, p.8 e 9).

O cenário europeu descrito anunciando o distanciamento entre as classes prenuncia mudanças nas relações das classes hegemônicas com as culturas populares. A tendência dos primeiros e novos olhares sobre o popular– que começaram entre os séculos XVI e XVII e duraram mais alguns séculos – foi de enxergar a cultura popular como um objeto histórico estático a ser preservado. Os chamados “antiquários” tinham, em linhas gerais, o objetivo de montar museus com acervos de todo o material recolhido, movidos por uma atração exótica ao ambiente popular. O passado deveria ser estudado, resgatado e preservado tal qual fora “escrito”. Ao mesmo tempo, a busca pelo nacional-popular é também marcante no início destes estudos , tendo em vista a necessidade de unificação cultural e política dos estados-nação europeus. Para os antiquários, o passado continha as tradições e, portanto, a glória da história dos povos.

Em um momento posterior, na virada para o século XIX, revela-se um outro contexto: diante da racionalização do Iluminismo, nasce o Romantismo, como um movimento para abrir novos e românticos olhares na Europa e tem papel importante para a realização de uma nova postura diante da produção de cultura popular pelo povo, “[...] ele transforma a predisposição negativa que havia anteriormente em relação às manifestações populares em elemento positivo para a sua apreensão” (ORTIZ, 1985, p.9).

Os românticos caminham, então, contra os cânones da literatura clássica e seu cosmopolitismo, valorizando as situações particulares e enfatizando as diferenças e a espontaneidade dos sentimentos. Há uma relevante diferença entre a postura dos românticos para a dos antiquários dos séculos anteriores: o gosto dos intelectuais pelas culturas populares. Entretanto, é preciso destacar que os românticos mais divulgavam a cultura popular do que propriamente a tomavam como objeto de pesquisa. E neste aspecto românticos e antiquários continuam com um posicionamento em comum: a relação com as manifestações regionalistas e populares ainda era muito desvinculada do contexto de produção dessas manifestações, ou seja, não se fazia relações conscientes entre cultura popular e fatores sociais, econômicos e/ou políticos.



Já a segunda metade do século XIX é marcada pela tentativa de se estudar as tradições populares como uma ciência. Os estudiosos da cultura popular, deste período, são denominados “folcloristas”. Apesar da tentativa de consolidação científica das pesquisas, eles continuavam a sustentar que, nos estudos das culturas populares “os conflitos de ordem cultural e política são excluídos porque eles representam uma ordem presente que subsequente está eliminada do interesse da pesquisa” (ORITZ, 1985, p.29).

A idéia de cultura associada ao passado é uma tentativa dos folcloristas de, ou eliminar a cultura periférica no processo civilizatório e perpetuar a ordem e a homogeneidade, ou de mantê-la preservada nos museus, como se as classes populares deixassem de existir e não fossem diretamente responsáveis pela sua produção.

No Brasil, os processos europeus têm grande ressonância nas pesquisas locais, principalmente porque a condição de colônia do país deixaram traumas que ressoaram através dos tempos e das gerações. No século XIX, com os processos de formação dos estados no país, a classe *criolla* fez um grande esforço para enxergar, com alguma sensação de conforto, a consolidação e “independência” identitária do Brasil, e deixar para trás a influência portuguesa. O projeto de modernização burguesa do período difundia a idéia de que “trabalhar pela Nação é torná-la *una*, superar as fragmentações que originaram as lutas regionais ou federais do século XIX [...]”, como comenta Barbero (1997, p.217) ao referir-se aos projetos nacionais da América Latina, criando representações que dessem conta da totalidade das nações. Podemos supor que nos estudos da cultura popular a trama não seria diferente.

Críticos do final do século XIX focaram-se arduamente na tentativa de entender que cultura popular era essa produzida no Brasil, após séculos de posse portuguesa. O objetivo principal era estabelecer uma tradição nacional. Entretanto, este objetivo balançava entre a crítica às transformações (e uma tendência a buscar a conservação e preservação de elementos populares) e a necessidade de criação de algo próprio, representativo do país.

Podemos citar alguns dos principais atores da caminhada brasileira rumo ao estudo e aproximação das culturas populares do país: Celso Magalhães, José de Alencar e Sílvio Romero aproximam-se mais dos movimentos românticos europeus. Foram grandes curiosos da cultura popular do século XIX. Amadeu Amaral e Mário de Andrade, vieram em um momento posterior, na virada para a segunda metade do século.



Entre eles, já nascia um cuidado mais apurado no estudo das culturas populares, apesar de não terem questionado fortemente a interferência do presente nas transformações culturais. O passado contava mais que o presente. Os precursores de um movimento, digamos conjuntural, em que as manifestações populares começaram a ser estudadas dentro da reflexão do presente, do contexto social e suas transformações foram, por exemplo, Roger Bastide, Florestan Fernandes e Oswaldo Elias Xidieh. Ou seja, a construção da cultura começou a ser um processo possível.

Neste estudo, o que nos importa é, principalmente, o entendimento das culturas populares como algo que é (re)produzido em sintonia com o movimento social. Os estudos dos séculos passados nos interessam para a melhor compreensão das perspectivas históricas que caminharam para as reflexões mais contemporâneas. Afinal, estamos concordando com o olhar engajado histórico e socialmente dos estudos da cultura popular. Para Stuart Hall, o popular deve ser considerado “[...] em qualquer época, as formas e atividades cujas raízes se situam nas condições sociais e materiais de classes específicas, que estiveram incorporadas nas tradições e práticas populares” (HALL, 2006, p. 241).

“Transformação” é a palavra chave de Hall nos estudos das manifestações populares. Para o autor, a produção da cultura popular situa-se no conflito entre classes, iniciado desde o capitalismo industrial. Nas palavras de Hall, “a cultura popular não é, num sentido ‘puro’, nem as tradições populares de resistência a esses processos, nem as formas que as sobrepõem. É o terreno sobre o qual as transformações são operadas” (HALL, 2006, p.232). Nossos estudos sobre a microssérie *Hoje é Dia de Maria* dialoga com tais perspectivas. Buscamos compreender o popular através do massivo, o que nada mais é do que encarar o popular situado no bojo das atuais transformações sociais e representacionais.

Hibridações, brechas e representações

Nestor Garcia Canclini, pesquisador argentino da cultura e seus processos sociais, tem avaliações importantes acerca dos estudos das culturas no contexto latinoamericano. Em ressonância com as pesquisas contemporânea sobre cultura popular, ele ressalta a relevância em estudá-la hoje, inserida na sociedade massiva e informatizada e, todavia, sujeita às suas transformações e linguagens. Ele afirma que “[...] há uma tentativa melancólica de subtrair o popular à reorganização massiva”



(2003, p. 213) e acrescenta, “do popular é necessário preocupar-se menos com o que se extingue do que com o que se transforma” (2003, p.22). Falemos, então, das transformações.

Para Canclini, na América Latina as primeiras transformações em larga escala promovidas pelos meios eletrônicos estão relacionadas, principalmente, à integração e ao fortalecimento das nações. Neste caminho, a noção do *popular* tem seu sentido gradativamente esvaziado para dar lugar à noção mais concreta de *massas*³. O autor destaca três etapas do processo; a primeira delas envolve o uso do rádio e do cinema para reconhecer-se dentro de uma totalidade e sentir-se fazendo parte da mesma através da linguagem, dos modos de vestir, dos costumes que pareciam comuns aos novos integrantes dos centros urbanos, dos mais próximos aos mais distantes. A segunda etapa, diretamente relacionada à primeira, tange o consumo simbólico comum propiciado pelas mídias, favorecendo o desenvolvimento dos mercados e de governos populistas nacionalistas. Por último, as comunicações massivas desempenharam papel de agentes da “inovação desenvolvimentista”, pois enquanto a produção se industrializava, a televisão fazia a vez da divulgação e atualização da informação das novidades e, conseqüentemente, dos gostos dos públicos.

Seguindo este ponto de vista, a arte popular em geral, que ganhou difusão e certa legitimidade com o rádio e o cinema, agora sofre re-elaborações em função dos públicos que passam a tomar conhecimento do folclore através dos programas televisivos. Podemos dizer que a cultura massiva transforma-se na grande concorrente do folclore, porque ela é capaz de incorporar alguns aspectos marginalizados pela cultura culta à cultura hegemônica (CANCLINI, 2003). E nesses movimentos de apropriações de linguagens, os elementos da cultura popular passam por processo de hibridações⁴, reconversões⁵, adaptações e reconfigurações próprias da televisão.

³ Para Canclini, “popular” é que se vende maciçamente e agrada a multidões. A rigor, portanto, à mídia e ao mercado a popularidade passa a importar mais do que o popular, no sentido que defendemos no tópico anterior. A palavra “povo” também tem sentido negativo, por ser associada a insurreições e violências. Assim, o autor defende que o deslocamento do substantivo “povo”, para “popular” e em seguida para “popularidade” é uma estratégia neutralizante de sentidos (2003, p.260).

⁴ Consideramos *hibridações* “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (CANCLINI, 2003, p.XIX). O que o autor chama de “práticas discretas” é o resultado de uma hibridação, a qual não pode ser considerada fonte pura.

⁵ Ainda de acordo com Canclini, *reconversões* são estratégias de adaptação de saberes, costumes, formas de vida, idiomas e economia, de um setor para outro, buscando a inserção e reinserção em um novo contexto. O objetivo final de uma reconversão é, tanto para as classes hegemônicas quanto para as populares, apropriar-se dos benefícios da modernidade.



Outro grande pesquisador e observador dos processos culturais latinoamericanos, Jesús Martín-Barbero, dialoga com as proposições anteriores e aponta a tendência homogeneizadora da televisão e a transformação, por ela estabelecida, das manifestações populares em elementos do espetáculo:

A partir dos anos 1960, a cultura popular urbana passa a ser tomada por uma indústria cultural cujo raio de influência se torna cada vez mais abrangente, transpondo modelos em larga medida buscados no mercado transnacional. A proposta cultural se torna sedução tecnológica e incitação ao consumo, homogeneização dos estilos de vida desejáveis, banimento do nacionalismo para o ‘limbo anterior ao desenvolvimento tecnológico’ e incorporação dos antigos conteúdos sociais, culturais e religiosos à cultura do espetáculo (BARBERO, 2008, p.271).

Ora, por mais difícil que pareça, em contrapartida, é possível extrair grandes vantagens e benefícios da inserção da cultura popular na linguagem massiva e perceber com bons olhos as transformações do popular, sem o caráter melancólico, como diria Canclini, da perda da “aura” popular. E para iniciar esta discussão, utilizaremos a citação de Barbero que, mesmo acordando com a citação anterior, não abre mão da ressalva:

Que o modelo hegemônico de televisão ‘odeia as diferenças’ é algo que não precisava de muita demonstração [...]. Mas também pela televisão passam as brechas, também ela está feita de contradições e nela se expressam as demandas que tornam visíveis a não-unificação do campo e do mercado simbólico (BARBERO, 2008, p.319).

Na realidade, a globalização e os processos comunicacionais que com ela vêm, geram hibridações e, assim, segregam, geram desigualdades, fragmentam, como também, contraditoriamente, interagem, agregam, geram mestiçagens. O mercado simbólico moderno contém em si a contradição.

Apesar de muitas vezes questionáveis, os usos comerciais do folclore na indústria fonográfica, nos festivais de danças, nas feiras e nos meios de comunicação de massa são, em grande medida, responsáveis pela divulgação – e pelo registro – das culturas tradicionais a um número extenso de espectadores. Sendo assim, se Canclini afirma, como foi dito anteriormente, que a cultura de massa é a grande concorrente do folclore, por levar o que é marginalizado à cultura hegemônica (já que o folclore em suas manifestações “genuínas” não alcança grande escala), ela também serve-se como grande aliada quando coloca em cena elementos muitas vezes desvalorizados e subestimados, ainda que segundo sua apropriação particular desse fenômeno cultural.



Esse processo pode ser visto com bons olhos, sob a perspectiva da permanência das culturas populares diante das transformações modernas: “Se continua havendo folclore, ainda que seja reformulado pelas indústrias culturais, é porque ainda funciona como núcleo simbólico para expressar formas de convivência, visões de mundo, que implicam uma continuidade das relações sociais” (CANCLINI, 2003, p.364).

Para fazermos um diálogo com o que vem sendo discutido nesta pesquisa, é válido dizer que a educadora Rosa Maria Bueno Fischer também toca na questão da construção da imagem das minorias, do que é popular ou marginalizado, e questiona:

[...] em que medida os diferentes não seriam tratados, muitas vezes, como meros detalhes, simples novidades, no conjunto da programação ou mesmo no roteiro de uma telenovela, a qual continuará nos narrando a mesma história de ricos que se encontram e amam personagens pobres (e vice-versa), ou trajetórias meteóricas e simplórias de sucesso individual? Ao mesmo tempo [...] não haveria algumas conquistas significativas no que se refere à visibilidade pública desses grupos e minorias [...]? O interessante é analisar essa complexidade, esses movimentos da cultura, que ora cristalizam diferenças a excluir, ora as colocam na vitrine e permitem que de alguma forma se tornem ‘reais’ para a sociedade, como efetivo avanço político (FISCHER, 2001, p. 44,45).

São as “brechas” citadas por Barbero, as quais consideramos tão importantes para o desenvolvimento desta pesquisa. Nosso objetivo é entender o que permeia o fortalecimento da modernidade, dos meios de comunicação de massa e da globalização, as implicâncias sociais, políticas e culturais desses processos que juntos atuam, e perceber o lugar da cultura popular neste contexto. Todavia, pretendemos acima de tudo, encontrar brechas onde emergem as manifestações do povo, da cultura subalterna e popular no sistema hegemônico. Essas brechas existem efetivamente e precisam ser valorizadas, para, quem sabe, serem ampliadas.

De Câmara Cascudo às telas da TV

Após o que foi exposto nos pontos anteriores, pretendemos construir um diálogo entre os textos do folclorista Luis da Câmara Cascudo, utilizados como inspiração para a microssérie *Hoje é Dia de Maria*, e os sete personagens do Diabo, Asmodeu. Esse exercício comparativo nos dará amostras no âmbito desse artigo de como acontecem alguns dos processos de adaptação de linguagens, principalmente da esfera do popular para o massivo, como foi feito na produção televisiva.

Da bibliografia de Luis da Câmara Cascudo utilizada na microssérie⁶, tivemos acesso às seguintes obras: *Vaqueiros e cantadores* (1984), *Antologia do Folclore Brasileiro* (1965), *Lendas Brasileiras* (s.d.) e *Contos Tradicionais do Brasil* (1986). Dessas obras, selecionamos todos os contos em que o personagem do Diabo aparece, para realizarmos em seguida o processo comparativo. Os contos são: *Toca por Pauta*, *O Afilhado do Diabo*, *As perguntas de Dom Lobo*, *Audiência do Capeta*.

Como auxílio, faremos uso também de dois dicionários, para precisar alguns significados de símbolos populares: o *Dicionário do Folclore Brasileiro* (2001), do próprio Cascudo, e o *Dicionário de Símbolos* (1996), dos pesquisadores Jean Chevalier e Alain Gheerbrant. Nos dicionários, recolhemos os significados dos seguintes elementos: o número sete – porque são sete os personagens de Asmodeu; a representação do bode – já que o personagem Asmodeu Original tem a forma de um bode da cintura para baixo; a definição de Diabo e de encruzilhada – a personagem Maria e seu amigo Zé Cangaia vão até uma encruzilhada para tentar resgatar a sombra de Zé, comprada por um dos Asmodeus. Buscamos tais significados na tentativa de elucidar alguns elementos populares mais pontualmente a fim de ampliar nossas análises.

As conclusões dessas análises jamais darão conta de todo o processo de apropriação, inclusive porque as simbologias da cultura popular são infinitas e torna-se um trabalho árduo recolher todo o material suficiente de leitura; também porque na linguagem televisiva, existe uma equipe imensa de produtores, figurinistas, artistas plásticos, que contribuem diretamente para essas releituras. Faremos, portanto, um ensaio comparativo.



Asmodeu Original (Stênio Garcia):

“Eu sou o pai de todo dano, aquele que embaraça os caminhos e turtuvia o coração humano” (ABREU & CARVALHO, 2005, p.331).

É manco, curvado, tem aspecto primitivo; Seus chifres são pequenos e os cabelos levemente avermelhados, da mesma forma, a barbicha; Os pés e os quadris têm a forma de um bode; A pele é vermelha e suada, como uma alusão à ardência do fogo do inferno; Asmodeu Original, assim como os outros personagens roubam sombras para

⁶ Disponível em www.hojeediademaria.globo.com/Hojeediademaria/prosa.html.

escravizar almas; É a representação da tentação e da desesperança; Suas maldições nem sempre dão certo, muitas vezes por se atrapalhar no desajeito de seu jeito.



Asmodeu Bonito (João Sabiá)

“Isso é uma porquera de sombra mirradinha! Num vale nem metade do que quero pagá!” (ABREU & CARVALHO, 2005, p.97).

É bonito e muito sedutor. Mesmo manco, tenta sustentar a sedução com o andar galanteador; O cabelo, a barba e a roupa apresentam o tom avermelhado; Seu rosto também aparenta suor e calor; Usa chapéu de feltro para esconder os chifres; É ele quem compra a sombra de Zé Cangaia.



Asmodeu Satírico (Ricardo Blat)

“Descansa, home, que a busca não vale a pena. E a vida é só uma cena mal escrita” (ABREU & CARVALHO, 2005, p.114).

O personagem é um homem de meia idade; É mais desajeitado que os outros, beirando o grotesco; Usa um chapéu velho para não deixar os cotos de chifres à mostra; É ele quem entra no desafio com Maria para não ter que devolver a sombra de Zé Cangaia.



Asmodeu Velho (Emiliano Queiroz)

“Creditá no só fai aumentá a amargura. Crê no coração, não, meu véi” (ABREU & CARVALHO, 2005, p.170).

É o mais velho dos personagens; Suas roupas são envelhecidas; É o chapéu velho que tampa seus chifres; É o mais sério e mais fechado dos Asmodeus; É ele quem desvia o Pai da possibilidade de encontrar Maria na festa no palácio.



Asmodeu Brincante (Antônio Edson)

“Primeiro lê deixo só no mundo, depois ocê num se sustenta!” (ABREU & CARVALHO, 2005,p.133).

Usa roupas coloridas e a alegria das cores marca também a sua personalidade; Ele dança forró e, através da dança, tenta seduzir Maria; A comicidade também é um traço do seu comportamento.

Asmodeu Mágico (André Valle)



“Mas essa é a vida: morte de filho num cicatriza!” (ABREU & CARVALHO, 2005, p.137).

Suas roupas são de um mágico sombrio, em tons de roxo e preto: capa, colete e chapéu comprido e arredondado; É Asmodeu Mágico quem diz ao Pai que Maria morreu em uma enchente, causando-lhe um completo desespero e sofrimento.



Asmodeu Poeta (Luiz Damasceno)

“Quarquê sonho, quarqué dilícia, descanso sem fim, prazer sem desalento. Tudo em troca de morá no seu coração por um só momento” (ABREU & CARVALHO, 2005, p.324).

Faz a vez de poeta e procura ser muito simpático; Veste-se como um nobre as corte; Encontra Maria já adulta pelo caminho; Quer conquistar o coração da moça com sua poesia.

Conclusão

Após a leitura dos contos de Cascudo, do estudo dos símbolos nos dicionários e as análises dos personagens, podemos dizer que a personalidade essencial do Diabo foi mantida nos dois universos (popular e massivo): é a força que perturba, que descentraliza do sujeito, que enfraquece a consciência, que destila a maldade. É o tentador, o sedutor, é o avesso do direito. É aquele que se utiliza de disfarces e adquire a forma de animais simbolicamente representando a queda do seu espírito. Essas características da cultura popular tem total ressonância com os personagens da série. O fato de existirem sete Asmodeus também faz sentido sob a perspectiva do popular: sete é o número da conclusão cíclica, é o tempo em que Deus criou o mundo e ainda



descansou. Representa a divindade e, por isso, o Sete muitas vezes também é considerado o número do demônio. Ele quer ser uma imitação de Deus.

Outro ponto de diálogo é a forma de bode adquirida pelo Asmodeu Original, animal fedorento e libidinoso, símbolo da abominação e rejeição. Finalmente, outro ponto que pode ser facilmente identificado entre as duas esferas é a presença, na microssérie, da encruzilhada. Na cultura popular, uma encruzilhada é o centro do mundo, o lugar dos encontros, é onde os humanos invocam deuses terríveis para se reconciliarem. Ora, esse também é o lugar onde Maria e Zé Cangaia, na microssérie televisiva, chamam por Asmodeu Satírico para a recuperação da sombra do cabra vendedor de badulaques. Essas aproximações são mais explícitas e ressonantes.

Passando aos contos de Cascudo, as aproximações entre os personagens dos causos e da série as diferenças entre as linguagens tornaram-se mais evidentes. Os pontos altos das divergências são: os Diabos dos contos falam pouco, são mais calados; apresentam uma bela aparência, com características puxadas para o europeu; em *As perguntas de Dom Lobo*, o demônio é, fisicamente, muito forte e assustador. Em compensação, há algumas aproximações fortes entre a literatura de Cascudo e a série de Luiz Fernando Carvalho. Entre elas: a bela aparência dos personagens e a beleza de Asmodeu Bonito; a facilidade com que as figuras demoníacas abandonam as “boas” (falsas) intenções tomados pela cólera e pelo ódio; o uso de disfarces para esconder sua verdadeira identidade, principalmente no corpo de animais; a aproximação do diabo aos sujeitos, de um jeito ou de outro, tem o mal por finalidade; o jogo de perguntas e respostas entre Diabo e ser humano, valendo algum prêmio ao vencedor; as alusões que os personagens do Diabo têm com o inferno – nos contos principalmente quando morrem, na microssérie, pela própria aparência avermelhada; o Diabo sempre perde no final, é ludibriado.

De modo geral, portanto, há em *Hoje é Dia de Maria* elementos retirados do âmbito da cultura popular, usados na construção do contexto geral de sua produção, mas também especificamente no personagem Asmodeu. Apesar de termos encontrado algumas divergências entre as linguagens do Diabo na literatura e na TV, não encontramos discrepâncias aberrantes, as quais colocariam “por terra” a representação do lendário personagem do mal. Isso confirma os processos de apropriação, hibridização e reconversão levantados nesta pesquisa. Apesar de os elementos da cultura popular terem tomado nova “roupagem” com a microssérie, o sentido do popular em si,



na figura do Diabo, não se perdeu. A nosso ver, essa é uma virtude da série, que trabalhou a linguagem do popular através da linguagem massiva, sem deixar que esta apagasse por completo os vestígios do popular – o que se torna possível com os processos de hibridação e reconversão entre as linguagens.

O fato de estarmos discutindo a apropriação de linguagens do popular pelo massivo significa que estamos dialogando com os folcloristas pesquisadores do final do século XX (brasileiros e europeus). São eles que fortalecem a percepção de que as manifestações populares nada mais são do que expressões de um determinado contexto social, sendo infiltradas pelas correntes culturais, políticas e econômicas deste meio em que elas são produzidas. Por isso, são também suscetíveis constantemente às “transformações” sugeridas por Hall, uma vez que a sua germinação se dá no terreno dos embates das diferenças de classe e contendo, portanto, contradições e fluidez.

Além disso, percebemos que a mídia de fato bebe (e se vê necessitada de beber) na fonte da cultura popular, para retroalimentar suas produções. É preciso inovação de linguagens na TV, são necessárias algumas “desconstruções” estéticas para novas “construções”, não somente estéticas, mas de linguagem, gênero e narrativa. Vale lembrar que Marques de Melo ressalta que os públicos engajados nas manifestações populares são telespectadores que anseiam pelas temáticas do popular. Ou seja, as audiências – não apenas dos grupos populares – pedem a inovação. A diversidade de públicos supõe a diversidade de programas oferecidos. A busca do popular pelo massivo é um ponto a ser destacado nesta conclusão. A cultura popular foi inspiração para a microssérie. O que nos remete a um outro resultado.

O folclore e as manifestações populares ainda funcionam como núcleo simbólico para expressar visões de mundo e formas de estar no mundo, influenciando diretamente nas construções das relações sociais – uma vez que também atuam nos processos de construções de imaginários, como destaca Fishcer. Mesmo que não intensamente, há a chance de rearticulações de olhares e percepções dos sujeitos de si mesmos e dos *outros* ao estarem diante das temáticas (e a maneira como foram) trabalhadas em *Hoje é Dia de Maria*.

Para finalizar, podemos propor que a microssérie possibilita a alternância de lugares de determinadas representações. É possível encontrar brechas na programação homogeneizada da televisão para a expressão da cultura popular ainda que resignificada. Ela transita do lugar de periférica para o de central quando é relida por uma produção televisiva na Globo.



Ao fim das contas, o que consideramos mais importante é a ampliação de olhares proporcionada pelo contato entre linguagens, o que permite ao público tomar contato com universos e vozes diferentes. Percebemos maior importância deste processo na televisão, que atinge um público muito amplo e diversificado. Se mais produções com esse caráter estivessem, vez ou outra na cena da televisão, certamente nossas relações com a diversidade e com o que é diferente de nós seria muito mais respeitosa e enriquecedora.

Referências

ABREU, Luís Alberto; CARVALHO, Luiz Fernando. **Hoje é Dia de Maria: Roteiros da 1ª e 2ª Jornadas**. São Paulo: Globo, 2005.

AYALA, Marcos; AYALA, Maria Ignez Novais. **Cultura popular no Brasil**. São Paulo: Ática, 1987.

BARBERO, Jesús-Martin. **Dos meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.

BRITTOS, Valério Cruz; SIMÕES, Denis Gerson. Cultura popular e sua metamorfose em produto televisivo. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. **Televisão entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Sulina, 2006, pp. 47-70.

BOSI, Ecléa. **Cultura popular e cultura de massa**. Petrópolis: Vozes, 1973.

CAMARA CASCUDO, **Antologia do Folclore Brasileiro**. São Paulo: Martins, 1965.

_____. **Contos Tradicionais do Brasil**. São Paulo: Itatiaia, 1986.

_____. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. São Paulo: Global, 2001.

_____. **Lendas Brasileiras**. Rio de Janeiro: Tecnoprint, (s.d).

_____. **Literatura Oral no Brasil**. São Paulo: Tecnoprint, 1984.

_____. **Vaqueiros e Cantadores**. São Paulo: Itatiaia, 1984.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Ed.: São Paulo, 2009.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Televisão e Educação: fruir e pensar a TV**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

GLOBO.COM. **Hoje é dia de Maria**. <[http:// redeglobo.com/ Hojeediademaria](http://redeglobo.com/hojeediademaria)> Acesso em: 02 de fevereiro.

HALL, Stuart. **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Ed.: UFMG, 2006.

_____. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.



HOJE É DIA DE MARIA. **Primeira e segunda jornada** (DVD). TV Globo: 2004-2006.

KOLAKOWSKI, Leszek. O Diabo. **Revista Religião e Sociedade**. Rio de Janeiro: ISER, v. 12, n.02, pp. 4-22, 1985

MELO, José Marques de. **Mídia e Cultura Popular: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

MENEZES, Eduardo Diatahy B. de Menezes. A quotidianidade do Demônio na cultura popular. **Revista Religião e Sociedade**. Rio de Janeiro: ISER, v. 12, n.02 , pp. 92-130, 1985

ORTIZ, Renato. **Cultura Popular: românticos e folcloristas**. São Paulo: Ed.: PUC-SP, 1985.

SABINO, Fernanda. **Do popular ao massivo: reflexões teóricas preliminares para construção de um modelo de interpretação da microssérie Hoje é Dia de Maria**. XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Rio de Janeiro: 2009.

_____. **Do popular ao massivo: reflexões sobre os territórios simbólicos na microssérie Hoje é Dia de Maria**. FACOM/UFJF: Juiz de Fora, 2009. Monografia.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos**. Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares. Brasília, DF. 2005.