

Cidadania e consumo em *Lado a Lado*: a telenovela como espaço de expressão de uma nação em (trans)formação¹

Marcia Perencin TONDATO²
PPGCom – ESPM, SP

Resumo

Aqui analiso cenas da telenovela *Lado a Lado* como representações midiáticas da inserção social no início do século XX, utilizadas em considerações sobre a relação comunicação-consumo atravessada pela cidadania. As situações vividas pelos escravos recém-libertos adentrando o cotidiano de uma sociedade em expansão e pelas mulheres conquistando novas posições, estabelecendo-se em uma cidade em processo de modernização, constituem-se em narrativas de cotidianos que refletem aspectos da cidadania em um país que começa a se configurar como nação. Nesta obra ficcional, e ainda hoje, falar em cidadania tendo como referência a participação do indivíduo comum nos destinos da sociedade, seus direitos e deveres não dá conta das demandas e implicações de uma vivência social em que as minorias (grupos étnicos, geracionais, de gênero) reivindicam (principalmente) direitos visando à igualdade.

Palavras-chave

consumo; cidadania; telenovela; narrativas.

Os valores de uma sociedade são responsáveis por sua coesão, de forma a promover a paz social, que leva ao crescimento econômico, objetivo último das sociedades capitalistas. Entender a comunicação na sua relação com a cultura passa hoje pelo consumo, pensado na perspectiva de um “viver simbólico” para além de aspectos mercadológicos ou ideológicos. (MARTIN-BARBERO, 1997)

De um ponto de vista mais abrangente do que usualmente considerado, é pelo consumo, no sentido *lato*, que nos fazemos sujeitos-agentes. Assumindo que “toda escolha é política” (CERQUIER-MANZINI, 2010; SAFATLE, 2012), ao mesmo tempo em que há uma oferta diversificada de possibilidades de identidades, há também uma oferta de produtos que reproduzem valores e características culturais tradicionais, promovendo uma liberdade individual de escolhas. (KELLNER, 2001, p. 330)

Neste artigo, o objetivo é refletir sobre as concepções de consumo e cidadania a partir das narrativas midiáticas ficcionais, entendidas como estratégias de mobilização dos indivíduos em prol da manutenção das perspectivas hegemônicas. Se a mídia estabelece parâmetros para as práticas sociais, se o consumo influencia identidades, é porque refletem o que já constitui estas práticas e identidades, elaborando necessidades e despertando

¹ Trabalho apresentado no GP Ficção Televisiva, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente do PPGCOM-ESPM. Vice-coordenadora Grupo Obitel-ESPM. Email: mp.tondato@uol.com.br.

desejos por meio do simbólico. Tomo isso como princípio entendendo a língua como significação e a relação constitutiva dos conteúdos midiáticos com as representações sociais, fazendo parte das orientações valorativas e dos quadros de referências. No âmbito das representações midiáticas, para ser crível a ficção deve ser verossímil, não só na sua organização interna, mas também nos elementos passíveis de identificação com o receptor, seja pelo sonho ou pela realidade.

Caminhando para uma posterior reflexão sobre a recepção das representações ficcionais midiáticas da intersecção consumo-cidadania, assumo que, embora a dinâmica capitalista dê a impressão de que temos possibilidades infinitas, desejos não são infinitos, “se você deseja isso, não deseja aquilo”, daí a escolha ser uma prática política. (SAFATLE, 2012) As escolhas derivam das subjetividades dos indivíduos, constituídas da materialidade discursiva resultante do universo de discursos que atravessam os cotidianos. (BACCEGA, 1995, p. 22) Cotidianos francamente caracterizados pelas transformações promovidas pela sociedade de mercado, em que “terra e energia humana podem ser vendidas e compradas”, revolucionando ainda mais o papel social dos indivíduos-sujeitos, consolidando uma ideia de cidadania que os estabelece na centralidade do sistema. (DaMATTA, 1997, p. 64)

Uma revolução que reforça a necessidade de refletir sobre a intersecção comunicação-consumo-cidadania para além do imobilismo da reivindicação de direitos, eivado “pelo capitalismo dos oligopólios” (CERQUIER-MANZINI, 2010, p. 50) que reduz ‘participação’ à ‘acesso’, ‘pertencimento’ à ‘novidade’, ‘posse’ à ‘felicidade’. Reforça a compreensão dos efeitos de sentido como algo que deriva do discurso onde ocorre a relação entre o pensamento, a linguagem e o mundo, onde o ‘real’ é orientado por interesses que se compactuam em alianças com bases na dinâmica de escolhas culturais.

Comunicação – consumo – cidadania

Ao falar de atribuição de significados a partir do consumo, Slater (2002) argumenta sobre “necessidades básicas”, que assumiriam diferentes formas culturais em diferentes sociedades, sendo “difícil imaginar qualquer sociedade em que os objetos sejam puramente materiais e sem significado”, decorrendo daí a possibilidade da manipulação. Compreensão que em parte explicita a íntima relação entre consumo-publicidade na medida em que o consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados e o desejo de possuir “o novo” não atua como algo irracional ou

independente da cultura coletiva a que se pertence. A manipulação se daria neste contexto, tendo em vista que

jornalistas, produtores e diretores de TV e cinema, roteiristas e publicitários sabem que os homens e mulheres vivem narrativamente o seu mundo, constroem temporalmente suas experiências. Por isso, exploram com astúcia e profissionalismo o discurso narrativo para causar efeitos de sentido. (MOTTA, 2011)

Tais “efeitos de sentido”, por sua vez, são mobilizados a partir de “informações que circulam em torno no seu cotidiano (dos telespectadores)”, (LOPES, 2009, p. 28) promovendo uma recepção relativamente ativa, perspectiva que me impulsiona cada vez mais ao desafio de identificar a posição do telespectador não apenas como parte de um processo, mas sujeito de uma relação dialógica, que sofre tensões culturais e ideológicas. Embora o sujeito da comunicação ainda não esteja configurado teoricamente, “sabe-se que ocupa um espaço contraditório, o da negociação, o da busca de significações e de produções incessantes de sentido na vida cotidiana”. (SOUSA, 1995, p. 26)

Partindo da configuração do consumo como cultura em um mundo cada vez mais complexo, onde, além das múltiplas identidades assumidas pelos indivíduos, as “culturas” se multiplicam a cada dia, penso os três domínios – mídia, consumo, cidadania – como um conjunto integrado de mediações, espaços de movimentação de significados. “Ser cidadão” inclui o direito ao consumo simbólico e cultural, definidos também pelo consumo material, entendido não só como apropriação de bens que carregam valores além daqueles dos sujeitos em questão como também justas aspirações a uma vida mais digna, e o desejo de ascensão, ou até expressão e protesto em relação a direitos elementares. (TONDATO, 2010)

No consumo os indivíduos buscam não só a funcionalidade, mas os valores culturais da sociedade em que vivem, desenhando estilos de vida, constituintes de identidades, auxiliando-se a se posicionarem no mundo. O consumo, caracterizado pelo simbólico e pelo cultural, pode ser pensado, na esfera do poder, como um filtro de significados, uma dimensão da vida em sociedade, daí a possibilidade de ser tomado como ponto de partida para pensarmos a cidadania.

Sem perder de vista o indivíduo como sujeito dialógico, que reflete e refrata os sentidos do que recebe da interação pessoal e dos meios de comunicação de massa, refletir sobre consumo-cidadania implica pensar os limiares de tal intersecção como perspectivas de direito e espaço propício à manipulação; estabelecendo pontos de distúrbio, compreendendo a relação entre “ser” e “ter”. (TONDATO, 2010) Tais espaços fazem parte

de um cenário constituído de práticas, positivas e negativas, do que é entendido como consumo moderno.

De um ponto de vista estruturalista, para Baudrillard (2007, p. 93, 94), “a lógica fundamental é a da diferenciação/personalização, colocada sob o signo do código”, o que demanda transferir toda a “análise sociológica (sobre o consumo) do estado fenomenal do prestígio, da ‘imitação’ e do campo superficial da dinâmica social consciente para a análise dos códigos, das relações estruturais, dos sistemas de signos e de material distintivo”. Disso resulta que é fundamental definir o consumo “como sistema de comunicação e de permuta, como código de signos continuamente emitidos, recebidos e inventados, como linguagem”.

Consumo e consumismo: entre o céu e o inferno

O consumo de bens materiais, criticado como um dos males da contemporaneidade sob o rótulo do “consumismo” ocupa um espaço de interiorização muda da desigualdade social, da mesma forma que a cidadania. Além da falta de limite entre o que seja consumo e o que seja consumismo, esse também abriga a estereotipia de gênero, relacionado geralmente a um comportamento compulsivo restrito ao gênero feminino.

Digamos que a ‘demonização do consumo’ decorre da necessidade de depreciação e desvalorização dos “produtos de consumo logo depois de terem sido promovidos no universo dos desejos dos consumidores”. No âmbito econômico, “o consumismo chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho”. (BAUMAN, 2008, p. 41) Para Baudrillard (2007, p. 206), após a generalização da lógica da mercadoria “o homem do consumo nunca se defronta (com) suas próprias necessidades, como também jamais se vê diante do produtor do seu trabalho; também nunca se defronta com sua própria imagem: é a imagem dos signos que ordena”. Uma relação direta com a cidadania na medida em que essa passa pela “identificação do sujeito com as atividades que realiza”. (CERQUIER-MANZINI, 2010, p. 99)

No aspecto sociocultural, “o consumismo em aguda oposição às formas de vida precedentes, associa felicidade não tanto à satisfação de necessidades, mas a um volume e uma intensidade de desejos sempre crescentes, o que por sua vez implica o uso imediato e a rápida substituição dos objetos destinados a satisfazê-la”. (BAUMAN, 2008, p. 44) Uma perspectiva gerada pela “convicção de que era possível constituir-se uma sociedade de abundância” a partir da Revolução Industrial, alimentando a crença de filósofos, cientistas e pensadores a respeito da viabilidade de “uma sociedade igualitária, em que as diferenças

entre os homens fossem progressivamente desaparecendo”. (PINSKY e PINSKY, 2010, p. 160)

Deste ponto de vista, “a sociedade de consumo aparece como o resultado necessário do impulso interno gerado pela soma dos benefícios alcançados pela substituição progressiva de tecnologias”. (ALONSO, 2006, p. 6) Daí, o que denominei “demonização do consumo” parece ter raízes nos “novos modos de consumo que estimulam a produção capitalista”, um modelo político caracterizado pelo advento do estado absolutista, um estilo de vida que antecipou a modernidade, desenvolvido já nas cortes da Renascença, que “tiveram um papel crucial na estimulação do consumo de bens de luxo e refinamento dos gostos”, funcionando “como amplificadores culturais”.³ (SASSATELI, 2005, p. 21, 26)

A diferença marcante do século XX foi a constituição da sociedade de massa. No século XIX, antes da sociedade industrial, o ócio dominava. O útil era definido pela racionalidade, advinda do trabalho, a ciência estabelecendo valores (Iluminismo), o restante era inútil, supérfluo. Na segunda metade do século XX, surge o conceito de consumismo a partir de uma ideia de acesso irrestrito à produção em massa, que passa a ser visto de forma positiva com a expansão dos serviços, abundância de bens e aburguesamento da classe operária. (FREDERICO, 2008) A industrialização banaliza as comodidades, tornando-as mais acessíveis. “Nasce” uma nova sociedade, na qual a identificação se dá pelo consumo e não pela produção. Nesta sociedade, de consumidores, não há espaço para “o desejo humano de segurança e os sonhos de um ‘Estado estável’ definitivo”.

O consumismo nasce com a urbanização que ampliou as diferenças sociais e exclusões na medida em que os camponeses e/ou os escravos recém-libertos, na análise adiante apresentada, vão para a cidade sem uma (in)formação que lhes possibilite a inclusão “cidadã” neste “novo ambiente”, que demanda ter um emprego/capital para a satisfação das necessidades mais primárias – alimentação e saúde (antes, ainda que insuficientes, providas pelos senhores das terras). Sem mencionar a educação formal, que deverá ser universalizada.

Mas afinal, de que cidadania falamos?

Falar em cidadania a partir de direitos assegurados por aparelhos estatais ou de uma origem geográfica é ser superficial. “O ato de votar não garante nenhuma cidadania se não vier acompanhado de determinadas condições de nível econômico, político, social e

³ Tradução livre da autora.

cultural”. (CERQUIER-MANZINI, 2010, p. 11) Também é pouco falar em direitos trabalhistas, universalização e gratuidade da educação e da saúde. Posicionamentos que apenas reforçam uma dependência do indivíduo ao Estado, o que, repassado à sociedade como a uma entidade com corpo e alma, delimita uma cidadania caracterizada pela

criação e uma possibilidade universalista de integração, mas que também tem de ser reconhecida como um formato de cidadania que permite que a desigualdade entre classes sociais seja aceita, como uma “contenção de conflitos”, mantendo-se as desigualdades sociais por meio de uma igualdade formal. (CORREIA, 2004, p. 146)

Consciência derivada de um conceito de “cidadão”,

expandido para incluir a democracia, [...] utilizado como método para permitir e legitimar a coexistência de tantos homens diferentes, [...] algo que, dentro do ideário da cidadania, podia ser feito unicamente por meio da negação de diferenças grupais: a aplicação de princípios genéricos solucionaria, acreditou-se, as desigualdades particulares. (Um ideal) que se chocou com a dura realidade social de discriminação, preconceitos, perseguição, alienação. (DEMANT, 2010, p. 344)

Se conceituar universalmente o que seja “cidadania” é polêmico, no Brasil é tarefa ainda mais complexa considerando que a unidade básica de sua sociedade não são os indivíduos mas as “relações e pessoas, famílias e grupos de parentes e amigos”. “Um indivíduo isolado e sem relações, a entidade política indivisa, é considerado altamente negativo, revelando apenas a solidão de um ser humano marginal em relação aos outros membros da comunidade”. Situação agravada pela aproximação com a “tradição liberal e puritana (estadunidense) que tem no indivíduo e no cidadão a sua unidade mais importante”, resultando um “drama típico [...] em que a lei universal determina um tipo de comportamento e um tipo de papel social, mas a pessoa deseja ser julgada e percebida por outro tipo de conduta e papel que necessariamente contraria a lei geral”. (DaMATTA, 1997, p. 71, 72)

Representações de consumo e cidadania em *Lado a Lado*

Lado a Lado (Rede Globo, 2012, 18h, de Claudia Lage e João Ximenes Braga) faz parte das telenovelas ‘de época’, as tramas acontecendo em um passado determinado, geralmente mostrando hábitos e comportamentos de períodos históricos significativos para o país. Traz embutida a ideia de recuperação das raízes e da tradição, com pretensão de resgate de ‘brasilidade’, do que *Escrava Isaura* (1975) foi paradigmática. Um subgênero de alto custo de produção que, após um “recesso”, voltou a ter lugar cativo na programação da

Rede Globo.⁴ Sem “ser uma adaptação da literatura”, característica comum nas produções dos anos 1970, esta nova “safra” é “originalmente” escrita para a televisão.

Reflito sobre a construção da cidadania na intersecção com o consumo a partir de *Lado a Lado*⁵ entendendo a telenovela como “uma ‘narrativa nacional’ que se tornou um ‘recurso comunicativo’”, carregando “representações culturais que atuam, ou ao menos tendem a atuar, para a inclusão social [...], a construção da cidadania”. (LOPES, 2009, p. 22) Sua relevância no contexto desta reflexão se dá pelo “‘efeito-demonstração’ dos padrões de consumo vividos pelos personagens e apresentados perante os olhares da população de espectadores, com a possibilidade (concreta ou não) de integração social por meio do consumo”. (LOPES, 2009, p. 25)

Embora uma telenovela de época, por combinar elementos visíveis do cotidiano de uma sociedade em processo de modernização, *Lado a Lado* pode também ser chamada de novela “realista” ao representar exclusões agravadas na contemporaneidade - racismo, preconceitos, revoltas contra serviço público, criminalidade.

A história se passa no início do século XX, tendo como protagonistas Isabel (Camila Pitanga) e Laura (Marjorie Estiano), duas mulheres de origens diferentes, mas com ideias e ideais em comum. Isabel é filha de um ex-escravo, Seu Afonso (Milton Gonçalves), com quem vive em um cortiço. Laura é filha de uma família rica e conservadora e tem uma vida de conforto, mas com planos de estudar e trabalhar, algo inconcebível para uma mulher daquela época. Situação modificada quando se divorcia.

Contado no início da formação da sociedade republicana brasileira, o drama de *Lado a Lado* desenvolve-se em meio a fatos históricos e transformações sociais de um país que sai do Império, liberta seus escravos e entra na modernidade. Uma modernidade representada pela urbanização do Rio de Janeiro, a chegada da luz elétrica e dos automóveis, a abertura de grandes avenidas. Um momento oficialmente documentado por Marc Ferrez,⁶ citado no desenrolar da história, com maior movimentação das pessoas, que saem às ruas com mais frequência, vão às compras, frequentam restaurantes, teatros e bares.

Além de ser uma “narrativa sobre a nação e um modo de participar dessa nação imaginada”, a telenovela também “se configura como uma experiência comunicativa”

⁴ De 1998 a 2008 foram exibidas 13 tramas históricas.

⁵ Pela limitação de caracteres, priorizando a discussão teórica, não apresento a íntegra das cenas comentadas, sem prejuízo da análise tendo em vista que o foco não é o discurso *stricto sensu*.

⁶ Marc Ferrez registrou a transformação do Rio. Esteve à serviço da Prefeitura para documentar o projeto de reurbanização e higienização do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/Fique-por-dentro/naquele-tempo/noticia/2012/11/naquele-tempo-marc-ferrez-e-augusto-malta-registraram-a-transformacao-do-rio.html>.

(LOPES, 2009, p. 28). Em se tratando de um produto midiático, essa narrativa explora o factual, o imaginário, ou um híbrido, na busca pela “adesão do leitor, ouvinte ou telespectador”, envolvendo-o e provocando “certos efeitos de sentido”. (MOTTA, 2011)

[...] narrativas e narrações são formas de exercício de poder e de hegemonia nos distintos lugares e situações de comunicação. [...] a organização narrativa do discurso midiático não é aleatória. Realiza-se em contextos pragmáticos e políticos [...] o narrador investe na organização narrativa do seu discurso e solicita uma determinada interpretação por parte do seu destinatário. (MOTTA, 2011)

Para análise, selecionei cenas paradigmáticas dos movimentos e representativas das transformações ocorridas nas duas primeiras décadas do século XX, como a ficcionalização das Revoltas da Vacina⁷ e da Chibata,⁸ a atuação da imprensa debatendo a liberdade de expressão, a representação de práticas culturais e esportivas. Tal seleção parte do entendimento da cidadania como participação do indivíduo comum nos destinos da sociedade, que se ressignifica com o surgimento das cidades, lócus de um “estado do social” que permite que as desigualdades sejam aceitas, com espaço livre para práticas culturais, religiosas, esportivas diversas.

Entrando na trama, já na primeira semana fica claro que a delimitação geográfica, “quem pode ficar onde”, e de expressão, “falar o que ... com quem” será um indicador social. Ao mesmo tempo em que jovens da elite buscam novas experiências “fora” da Rua do Ouvidor, em meio aos blocos de rua dos negros durante o Carnaval, Constância (Patrícia Pillar), esposa⁹ de um “Senador da República”, fica indignada quando Padre Olegário (Cláudio Tovar) permite uma cerimônia de casamento entre negros na mesma igreja em que sua filha se casa, no mesmo dia.

A Rua do Ouvidor,¹⁰ a Confeitaria Colonial¹¹ e o Bar Guimarães centralizam a vida na cidade, os espaços de diferenciação ricos x pobres, mas também “objetos de desejo” de

⁷ A Revolta da Vacina ocorreu em 1904, quando a Câmara dos Deputados aprovou a regulamentação da lei que tornava obrigatória a vacinação contra a varíola [...] um plano classificado como “despotismo sanitário”, que insuflou confrontos entre o povo e a polícia. Disponível em <http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/Fique-por-dentro/naquele-tempo/noticia/2012/10/naquele-tempo-que-ze-maria-luta-com-a-policia-na-revolta-da-vacina.html>.

⁸ Movimento que fim à prática do açoite nos navios brasileiros. Ocorrido em 1910, o Rio de Janeiro, liderado pelo marinheiro negro João Cândido. Disponível em <http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/Fique-por-dentro/naquele-tempo/noticia/2012/11/naquele-tempo-entenda-o-que-foi-a-revolta-da-chibata.html>.

⁹ Uma ex-baronesa que não se conforma com o fim da escravidão, para ela representativo da perda de um mundo de conforto e distinção, concretizado no declínio financeiro da família.

¹⁰ Rica em detalhes, a Rua do Ouvidor de *Lado a Lado* é símbolo de status e elegância do Rio antigo. Na famosa rua e em seu entorno estão localizados a barbearia onde trabalham Afonso e Zé Maria, o Teatro Alheira e a Biblioteca Municipal onde Laura dá aulas. Disponível em: <http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/Fotos/fotos/2012/10/rica-em-detalhes-rua-do-ouvidor-de-lado-lado-e-simbolo-de-status-e-elegancia-do-rio-antigo.html>.

¹¹ Inspirada na tradicional confeitaria Colombo, ícone do centro do Rio de Janeiro, lugar de encontro, e exposição, da elite carioca.

uma população que, tirada das senzalas, não tem definido um espaço “seu”, onde lhes seja permitido estabelecer uma vivência social, educar seus filhos, ter seu lazer. O hábito de fazer compras é constituído. Em *Lado a Lado*, os ex-escravos devem “ir às compras”, uma prática antes obviamente inexistente.

No primeiro encontro, Zé Maria (Lázaro Ramos) leva Isabel para um jantar na Confeitaria Colonial (luxo permitido com a economia com as gorjetas recebidas na barbearia onde trabalha). O garçom sugere que “procurem outra casa”, ao que Zé responde: “Estamos no século XX, caso o senhor não tenha percebido”. Carlota (Christiana Guinle) conversando com sua irmã Celinha (Isabela Garcia): “Que insolência! [...] Quando esperam que o Rio fique igual a Paris com esta gentinha frequentando os lugares mais chiques da cidade. O Brasil vai acabar sendo um país perdido nos trópicos”.

Paradigmática é a expulsão dos moradores do cortiço do centro da cidade para que seja aberta uma nova avenida. Aqui fica estabelecida a (dis)posição da elite em relação ao restante da população.

Seu Afonso comenta que não podem viver no cortiço porque tem muita doença. Berenice (Sheron Menezes) diz que a verdade é querem abrir uma avenida. Após a expulsão, todos vão para o Morro da Providência e são recebidos por ex-combatentes da Guerra de Canudos, que lá vivem aguardando casas prometidas pelo Governo. [...] Em conversa com sua filha Laura sobre a vacinação, Dr. Assunção (Werner Schüwemann) (diretor do departamento de saúde da cidade) afirma que estão “mandando a população tomar a vacina” porque “queremos a modernização. A Avenida Central é um caminho aberto para o porto, nós queremos exportar mais, importar mais. O Rio de Janeiro vai ser como Londres ou Paris. Acontece que nós queremos erradicar a varíola por motivos econômicos, para atrair investimento, investidores... estrangeiros, e até mão de obra braçal, porque não, branca desta vez” [...] “aquela gente do morro? [...] Ninguém ‘vê eles’ lá”.

Como também quando Albertinho (Rafael Cardoso), filho da ex-baronesa, expulsa Elias (Cauê Campos) e Olavo (Jorge Amorim) do clube, crianças moradoras do morro que queriam assistir a uma partida de futebol.¹²

Elias se lembra de quando ele e Olavo foram expulsos do clube por Albertinho: A - “O que tá fazendo aqui? Então moleque o gato comeu tua língua?” E - “A gente só queria ver como era um campo de futebol de verdade”. A - “Ah era só o que me faltava, agora o pessoal do morro quer ver como é o futebol. Aqui não é ‘lugar de vocês’, vai anda”.

O direito a um emprego digno representa outro aspecto da cidadania. Depois da libertação, os ex-escravos e seus filhos devem ter um “emprego pago”, que lhes provenha subsistência. Na novela, resta-lhes trabalhar como barbeiro, pedreiro, biscateiro (dando

¹² Em *Lado a Lado* é destacada a chegada do futebol (football, soccer) ao Brasil. Nos primórdios de sua história no Brasil, o futebol profissional era exclusividade de brancos, muito provavelmente pelo fato de que os times eram fundados por estrangeiros e as arquibancadas, frequentadas pela elite. O período histórico em que transcorre *Lado a Lado*, início do século XX, coincide com a fundação de alguns dos mais queridos times do futebol do Rio e de São Paulo: Corinthians, Flamengo, São Paulo, Fluminense, Santos, Botafogo, Palmeiras e Vasco. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/novidades/novelas/noticia/2012/08/lado-lado-volte-ao-tempo-da-nova-novela-e-monte-seu-time-de-futebol.html> e <http://veja.abril.com.br/blog/quanto-drama/bastidores/lado-a-lado-futebol-po-de-arroz/>.

margem à ilegalidade). Àqueles sem origem “nobre”, precursores da “imigração em massa”, cabia o trabalho no comércio, que começa a se estruturar, ou o funcionalismo público. Às mulheres resta a venda de quitutes, a lavagem de roupa, ou a prostituição. As mulheres, solteiras ou viúvas sem posses, são professoras ou donas de pensão, como Dna Eulália (Débora Duarte) quando fica viúva, e Laura, depois do divórcio. Outra atividade que sofre muito preconceito é a vida artística, representada pela atriz de teatro Diva Celeste (Maria Padilha) e Catarina (Alessandra Negri), a cantora.

A cidadania como vista hoje está vinculada à visão da classe burguesa, que valoriza o trabalho assalariado, “primeiro marco para a existência da cidadania”, sem o qual não há capitalismo. (CERQUIER-MANZINI, 2010, p. 29) Na trama, o emprego na barbearia para seu Afonso, ser dançarina profissional e depois “proprietária de um teatro” para Isabel e, finalmente, trabalhar no jornal, para Zé Maria, significa ter um local de referência reconhecido na sociedade que se forma.

D – Você não é mais barbeiro que eu sei, mas continua capoeira ...

Z – Com muito orgulho.

D – Tá confessando vadiagem?

Z – Eu tenho trabalho fixo. Eu sou administrador do Correio da República.

D – Ora, só me faltava essa ... um negro administrador!!

Z – Pode falar com Carlos Guerra, ela vai confirmar tudo.

D – Em se tratando do Correio da República tudo é possível.

Entremeando os diferentes contextos, e dramas, sociais, está o jornal “O Correio da República”, literalmente “o meio de comunicação” nesta representação. Por meio de um jornalismo que se diz de “oposição”, seu proprietário, Carlos Guerra (Emílio de Mello), acredita no jornalismo investigativo.¹³ Recusa-se a noticiar escândalos e apelar para o sensacionalismo para vender jornais. Praticamente à beira da falência, reluta quando Zé Maria sugere a venda de espaços de anúncios pois acredita que o jornal deva ser sustentado pelo que defende. Enquanto os jornais sensacionalistas usam do colunismo social para expor quem “se atreve” a ir contra os padrões da época, como o divórcio de Laura, “O Correio” dá espaço para relatos investigativos sobre as revoltas da Chibata e da Vacina ou recusa-se a compactuar com Dna. Eulália quando pede uma campanha de censura a livros, por intermédio do Padre Olegário.

¹³ Durante o Império a imprensa era feita por e para a elite. Os jornais eram conservadores, mas também fizeram intensa e importante campanha para o fim da escravidão e da monarquia. Com a República, aos poucos, jornalismo e literatura se separavam; os folhetins eram substituídos pelo colunismo ou conviviam com ele; os artigos políticos e opinativos deram lugar a entrevistas e informação; e as crônicas passavam a abordar o cotidiano e a vida social e cultural da cidade. Disponível em: <http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/Fique-por-dentro/naquele-tempo/noticia/2012/12/naquele-tempo-jonas-e-edgar-teriam-futuro-trabalhando-para-um-jornal.html>.

Na esfera da cultura, em *Lado a Lado* as demandas do capitalismo, a necessidade de “encher a casa”, são sinalizadas a partir do teatro, que deve “popularizar” suas apresentações, atendendo a expectativas do gosto de um maior número de pessoas. Há um incentivo para que o tempo da cultura se transforme em um tempo de consumo.

O religioso aparece como coadjuvante. A Igreja perde espaço para o mercado. Mantendo uma relação simbiótica com as elites, enxerga nos recém-libertos um potencial de aumento de seu rebanho, tendo que competir com as religiões afins. O padre age sempre que é “convocado” pela elite, mas pouco faz em favor dos demais. Quando da prisão de Tia Jurema, é a união da população, que se põe em oração em frente à delegacia, que resulta na sua libertação.

Isabel conversa com o Padre:

I – Eu sou católica, padre, mas meus avós foram obrigados a seguir a religião dos senhores deles. O candomblé era um elo com suas raízes, um bálsamo para o sofrimento de tanta escravidão. [...] Não importa a crença. Tudo que é do bem se completa. [...] O senhor não tem ideia da importância daquela senhora “pro” nosso povo. Assim como o senhor faz na sua paróquia, a Tia Jurema é o esteio dos desvalidos no morro.

P – [...] Não posso esquecer. Ela jogou mandinga em uma filha de uma senhora da minha paróquia (falsa alegação de Constância).

A autoridade aparece em *Lado a Lado* em constante dilema entre o cumprimento da lei e as pressões da elite. Mesmo reconhecendo o direito de liberdade de religião, diversidade de hábitos culturais e sabendo que deve agir com justiça, como funcionário público o Delegado Praxedes (Guilherme Piva) é vulnerável aos (des)mandos da elite, que usa de ameaças de transferência e rebaixamento para forçá-lo a atuar em seu favor. Representativas desse “dilema” foram as situações da prisão de Zé Maria, pela prática de capoeira, de Isabel, por atentado ao pudor (dançar samba no teatro), de Tia Jurema (Zeze Barbosa), pela prática de adivinhação (o jogo de búzios) e as acusações sofridas por Albertinho, quando atropelou seu Afonso, ou por Constância, acusada (e culpada) do roubo do bebê de Isabel.

Avançando na caracterização da inserção social em direção à constituição do cidadão, tomo a defesa de Zé Maria quando da representação do episódio histórico que marcou a popularização da capoeira em oposição ao jiu-jitsu¹⁴ e sua indignação quando da decisão de Chico (César Mello) em jogar futebol.

“Meu nome é Zé Navalha, senhor. Nascido José Maria dos Santos e criado numa roda de capoeira que, como todos aqui devem saber, é proibido no Brasil. Jiu-jítsu, luta Greco-romana, luta-livre, tudo vale aqui nesse ringue, nesse país, menos a capoeira! Porque é luta que veio

¹⁴ <http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/por-tras-das-cameras/noticia/2013/01/mma-do-passado-lazaro-ramos-grava-cena-de-luta-capoeira-x-jiu-jitsu.html>.

dos escravos, e dos filhos deles que ainda batalham pra sobreviver num país cheio de preconceito. Só que não adianta proibir, nem prender, porque capoeira não é coisa de marginal, é coisa de brasileiro! Pra jogar capoeira tem que ter ritmo, força e coragem, mas principalmente, orgulho. Eu tenho orgulho de ser capoeira, de ser negro, de ser brasileiro!”, diz, arrancando aplausos da plateia.

Chico descobriu que é um craque, mas negros não eram bem-vindos no futebol naquela época. Tentando esconder que o melhor jogador do time é negro, principalmente em um clube racista e elitista como o Federal Sport Club, Albertinho convence o capoeira a passar pó de arroz no rosto para parecer branco. Zé Maria não gostou. “Futebol? Isso é coisa de rico, não pra gente do morro”. (comentário repetido, por brancos e negros, em relação ao futebol)

Neste sentido, recorro a Demant (2010, p. 373) para quem “o conceito abstrato de cidadão não deixa espaço entre a demanda da assimilação e a ameaça da exclusão”, sendo necessário pensarmos uma “teoria da cidadania” que respeite a rejeição da “oferta da assimilação”, aceitando que a minoria se reaproprie de “sua identidade coletiva”, reassumindo um “particularismo grupal”. Uma situação na trama representada quando os negros se voltam às suas práticas culturais – culinária, roda de samba, escola de capoeira.

Considerações finais

O século XIX, época de origem/nascimento dos personagens, foi caracterizado pela dinâmica trabalho/racionalidade/gestão X inutilidade/supérfluo/lazer, ficando a esfera da cultura distante do processo industrial. É um mundo em que domina a ética burguesa, o trabalho, a produção em série, estabelecendo a “sociedade de massa”, em parte, dependente do conceito de Nação, que define um padrão homogêneo para todos os habitantes, algo que começa a ser delineado em *Lado a Lado*.

Os dramas dos personagens se entrelaçam com as Revoltas da Vacina e da Chibata, com a expulsão dos negros recém-libertos para os morros, acontecimentos comentados e explorados pelos jornais da época, representados pelo “O Correio da República”, jornal de oposição, com uma visão crítica dos acontecimentos, e seus concorrentes, de cunho sensacionalista.

Em *Lado a Lado*, o trabalho como espaço para inserção do escravo recém liberto e emancipação das mulheres; as opções de lazer, cultura e esportes (futebol, capoeira, teatro, roda de samba); as crenças religiosas (cristianismo, candomblé); a alimentação (quitutes de origem afro no morro, iguarias na Confeitaria Colonial, petiscos no Bar Guimarães) definem e estabelecem posições e, mais do que isso, permissões de pertencimento.

No âmbito do consumo, considero as práticas comerciais retratadas parte já do processo de globalização que contribuiu para forjar uma nova perspectiva de consumo, na qual a oferta de produtos, caracterizando um capitalismo que se estabelece, é amplificada pela hibridização cultural, despertando desejos latentes, ou forjando novos. (McCRACKEN, 2003) Na trama, ao lado das lojas de artigos finos importados, atuam os biscateiros ofertando “pontas” dos carregamentos que chegam ao porto e se estabelecem barraquinhas de artigos diversos. Delineia-se a sociedade do consumo definida por Baudrillard (2007, p. 81) como uma sociedade da aprendizagem de “um modo novo e específico de socialização em relação à emergência de novas forças produtivas”, resultando nos excessos e desequilíbrios, princípios do consumismo.

Dos direitos legais aos direitos universais, falar em cidadania é também falar em consumo. O consumo começa com o uso que os indivíduos fazem das mercadorias na definição de posições nas relações sociais ampliando para dimensões de inserção social e cidadã. Volpi (2007, pp. 45, 46) localiza o surgimento do embrião do novo consumidor quando os “grupos sociais passam a ser delineados pelo poder de compra ou pelos hábitos de consumo, surgindo a necessidade da ‘publicidade’”. A partir do que também se constitui a pirâmide social, especialmente no Brasil em que a classificação tem como base a capacidade de consumo.¹⁵

A preferência da audiência¹⁶ demonstrada pelas cenas ancoradas no aspecto romântico da trama – Laura e Edgar, Sandra e Teodoro -, por cenas de violência – Isabel atacando Constância - e de lutas de capoeira nos mostra a superfície de uma leitura que reflete, acima de tudo, uma assimilação hegemônica dos conteúdos midiáticos. Assimilação resultado da cultura individualista em que vivemos, que colabora para a manutenção da dominação, centrada na dicotomia amor X ódio.

As pessoas não se sentem parte de um todo, por ele responsáveis. Acreditam que suas ações não têm repercussão, daí o espaço para as inúmeras campanhas de proteção do meio ambiente. Parafraseando Safatle (2012), dentro da dimensão da cidadania mais ampla, implicando um pensamento que entende a igualdade e a democracia elementos que abrangem também o consumo, é preciso pensar a emergência e consolidação de uma visão relacional da soberania do consumidor e sua relação com a cidadania. Um conceito de cidadania deve levar em conta o acesso às “práticas sociais e culturais que dão sentido de

¹⁵ O Critério de Classificação Socioeconômica mede, somente, o potencial de consumo de bens materiais.

¹⁶ Cenas “mais vistas” e “mais curtidas” no site oficial de *Lado a Lado* e comentários sobre matérias jornalísticas relacionadas <http://tv.globo.com/novelas/lado-a-lado/capitulo/2013/2/12/casal-difcil-laura-e-edgar-discutem.html>

pertencimento, e fazem que se sintam diferentes os [cidadãos] que possuem uma mesma língua, formas semelhantes de organização e de satisfação das necessidades”. (GARCIA CANCLINI, 1995, p. 35) Um acesso que deve, principalmente, começar com a ampliação das possibilidades de percepção e compreensão do processo de pertencimento.

Cada vez mais as práticas comunicacionais interpelam as construções de sentido e estabelecimento das dimensões sócio identitárias do cotidiano. Participar da sociedade midiática e ser consumidor de bens e serviços tornam-se atividades culturais, naturalizando demandas hegemônicas, inserindo o indivíduo-sujeito na cidadania. No âmbito da análise realizada, ao discursar em favor da capoeira, Zé Maria adentra o espectro de uma cultura coletiva a ser orientada para a cidadania: “eu tenho que consumir o que é bom, mas tem que ser bom para mim e para os outros e só se for bom para todos é que será bom” (SAFATLE, 2012). Nessa linha de pensamento, adentramos na dimensão da cidadania mais ampla, implicando a compreensão da igualdade e da democracia como elementos que abrangem também o consumo.

Referências bibliográficas

ALONSO, Luis Enrique. **La era del consumo**. 1ª re-impressão. Madrid: Siglo XXI, 2006.

BACCEGA, Maria Ap.. **Palavra e discurso** – história e literatura. São Paulo: Ática, 1995.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CERQUIER-MANZINI, Maria de Lourdes. **O que é cidadania**. 4ª edição. São Paulo: Brasiliense, 2010, Coleção Primeiros Passos.

CORREIA, João Carlos. **Comunicação e cidadania** – os media e a fragmentação do espaço público nas sociedades pluralistas. Lisboa: Livros Horizonte, 2004.

DaMATTA, Roberto. **A casa & a rua**. 5ª edição. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DEMANT, Peter. “Direitos para os excluídos”. In PINSKY, Jaime e PINSKY, Carla B. (orgs.). **História da cidadania**. 5ª edição. São Paulo: Contexto, 2010, pp. 343-383.

FREDERICO, Celso. O consumo nas visões de Marx. In BACCEGA, Maria Ap. (org.). **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Atlas, 2008, pp. 79-87.

GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. São Paulo: EDUSC, 2001.

LOPES, Maria Immacolata V. de. “Telenovela como recurso comunicativo”. São Paulo: ECA-USP. **Revista Matrizes**, ano 3, nº 1, ago./dez. 2009, pp. 21-47.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

McCRACKEN, Grant. **Cultura & consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MOTTA, Luiz Gonzaga. A análise pragmática da narrativa jornalística, 2011. Disponível em: <http://teoriasufc.files.wordpress.com/2011/04/luiz-gonzaga-mota.pdf>. Acesso em agosto de 2012.

PINSKY, Jaime e PINSKY, Carla B. (orgs.). **História da cidadania**. 5ª edição. São Paulo: Contexto, 2010.

SAFATLE, Vladimir. **A esquerda que não teme dizer seu nome**. São Paulo: Três Estrelas, 2012.

SASSATELI, Roberta. *Consumer culture – history, theory and politics*. London: SAGE, 2007.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SOUSA, Mauro W. de. “Recepção e comunicação: a busca do sujeito”. In SOUSA, M. W. de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

TONDATO, Marcia P.. “Uma perspectiva teórica sobre consumo e cidadania na contemporaneidade”. **Conexiones – Revista Iberoamericana de Comunicación**, vol. 2, no. 2, 2010, pp. 5-18. RIEC/Comunicación Social ediciones e publicaciones.

VOLPI, Alfredo. **A história do consumo no Brasil** - do mercantilismo à era do foco no cliente. Rio de Janeiro: Campus, 2007.