



Televisão e dialogias sociais: comunidades periféricas de mulheres negras em Antônia¹

Marcelo Soares de LIMA²

Virgínia SÁ BARRETO³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

Resumo: Compreender as estratégias discursivas com as quais a TV Globo constrói propostas de pactos simbólicos, configura e produz sentidos de *comunidades negras periféricas* na minissérie Antônia: este foi nosso objetivo durante todo o processo de estudo no Programa Institucional de Iniciação Científica e Tecnológica (PIBIC). O núcleo de produção Guel Arraes, ao qual Antônia é vinculada, é conhecido como um núcleo de experimentação da Globo, que busca levar para a televisão programas fora do tradicional, mostrando que possui espaço para a experimentação narrativa, temática e estética na televisão. Nesse contexto é que foram inseridas, através da minissérie, as configurações, os pactos e os sentidos de comunidades periféricas negras na TV, com a desconstrução de estereótipos, preconceitos e a valorização das mulheres negras periféricas.

Palavras-chave: televisão; propostas de pactos simbólicos; comunidades negras periféricas

Em novembro de 2006, a Rede Globo de televisão colocou no ar a minissérie Antônia, narrando o cotidiano de quatro amigas negras moradoras da comunidade periférica da Vila Brasilândia, São Paulo. Trata-se de uma produção vinculada à produtora O2Filmes de Fernando Meireles (diretor do premiado Cidade de Deus no cinema e produtor do seriado de TV Cidade dos Homens), com direção geral de Tata Amaral, idealizadora do filme que deu origem a minissérie.

Antônia faz parte da chamada “televisão como arte”, como diria Machado (2003) no seu livro “A televisão levada a sério”. É um produto do núcleo de experimentação da TV Globo dirigido por Guel Arraes, que arregimenta autores oriundos da cena cultural alternativa dos anos 70-80 do teatro, vídeo, cinema, literatura

¹ Trabalho apresentado no IJ4 – Comunicação Audiovisual do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Estudante de Graduação 7º período do Curso de Radio e TV da UFPB, email: marcelosoaresdelima@hotmail.com

³ Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), na área de concentração em processos midiáticos, com linha de pesquisa em mídia e processos socioculturais. (2006). Professora adjunta do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal da Paraíba. Professora Orientadora do Projeto de PIBIC "Culturas televisivas e dialogias sociais: Configurações, pactos e sentidos de comunidades periféricas na tv", email: virginiasabarreto@yahoo.com.br



e jornalismo e procura incorporar à televisão propostas ético-estéticas de suas origens, experimentando novos formatos, estilos, brincadeiras com a metalinguagem e documentário com ficção.

Nessa perspectiva, não se pode deixar de levar em conta o depoimento do próprio Guel Arraes, coordenador do projeto Antônia, para os pesquisadores do Núcleo de Audiovisual da Intercom e expressos no livro “Guel Arraes: um inventor no audiovisual brasileiro”, uma coletânea resultado de pesquisa e editado por Alexandre Figuerôa e Yvana Fechine (2008, p. 63).

Esse foi um modo, por exemplo, consciente ou inconsciente, de irmos traduzindo para a TV algumas propostas vanguardistas da época. No teatro, o que é que esse grupo fez? Eles brincavam com o teatro ilusionista, eles começaram a se dirigir diretamente para a platéia, era um teatro muito mais próximo de quem estava ali na platéia. No cinema, esse pessoal começava a misturar ficção com documentário e, de uma certa maneira, a gente levou esse espírito para a televisão. Somos um pouco divulgadores dessas idéias na TV. Nossa proposta, de modo geral, sempre foi fazer obras atraentes para o público, mas ao mesmo tempo, com uma preocupação de linguagem. Ficar na corda bamba entre o experimental e o comercial é característica comum a todo esse grupo.

Assim, percebe-se que uma das buscas do Núcleo é a melhoria da *qualidade televisiva*. Contudo, não podemos desconsiderar o fato de que existem muitos conceitos de qualidade, inclusive o da própria rede globo de televisão, emissora transmissora de Antônia.

TV de Qualidade: esse é o bordão utilizado pela Rede Globo de Televisão para se auto-definir nos últimos anos, ao tempo em que exalta seus investimentos em produção televisiva, seu *Padrão Globo de Qualidade*, como gosta de chamar. Em uma recente publicidade institucional, a Globo deu voz a várias celebridades da *casa*, como atores, apresentadores, repórteres, humoristas para narrarem um texto sobre o *Q de qualidade* da emissora, enquanto que concomitantemente mostrava seus processos produtivos, estúdios, tecnologias, funcionários, artistas, jornalistas em atos de produção. Em um trecho dessa publicidade, a emissora aponta o sentido que atribui a sua TV de Qualidade:

A qualidade do talento brasileiro, do nosso elenco, da nossa credibilidade até a mais pura emoção, do imenso estúdio de milhares de dólares ao pequeno detalhe do vestido da atriz. A qualidade da Globo vai além do que se vê, está no que se sente, e com esse compromisso em nossos corações, defendendo a



liberdade de expressão e respeitando a opinião, estamos sempre ligados em você. É muita qualidade, dos dois lados: aqui e aí⁴.

Nesse discurso, podemos perceber que a Globo propõe como referência de sua qualidade um bom elenco, credibilidade, investimento financeiro, preocupação com os detalhes, liberdade de expressão e valorização do telespectador. A partir dessas características, a emissora se coloca como uma televisão com qualidade. Mas, afinal, qual o sentido dessa tal qualidade em televisão?

Machado apud Borges/Baptista (2008, p. 30) aborda a respeito do conceito de *televisão de qualidade*. Para o autor, “O termo ‘qualidade’ se presta aos mais diferentes usos e às mais escorregadias intenções”, ou seja, essa conceituação torna-se variável dependendo do efeito ou fim que se quer em determinado momento.

No Brasil, os discursos sobre o conceito de qualidade e de direção da produção audiovisual televisiva, se pautam, especialmente, em dois focos, como aponta Fechine (2008, p. 17), o comercial, de interesse da mídia, de modo geral, e a concepção dos movimentos sociais, a dos valores positivos. “A lógica da televisão no Brasil é comercial e, por isso, muitos dos seus profissionais argumentam que sua produção precisa ser orientada pelas preferências do público e da publicidade”, contudo, “as emissoras de TV no Brasil são também concessões públicas, o que exige, na visão dos movimentos sociais pela redemocratização nas mídias, a substituição dessa lógica por outra pautada pela promoção de valores socialmente positivos”.

Programas como *Armação Ilimitada* (1985), *TV Pirata* (1988); *Programa Legal* (1991), *Muvuca* (1998); *Cena Aberta* (2003) ou *Central da Periferia* (2006) são boas mostras de um modelo de fazer televisão diferenciada, buscando juntar apuro técnico, uso de recursos estéticos de uma forma inovadora, com diversidade temática, sem deixar o aspecto comercial de lado.

Desde sua gênese, o Núcleo Guel Arraes empenhou-se em fazer uma TV diferente, de trabalhar temáticas normalmente deixadas de lado pela grande mídia, como apontado por Fechine (Op., cit., p.49).

O núcleo Guel Arraes consolidou-se, assim, como um espaço de criação no qual coexiste hoje a preocupação tanto com a experimentação formal quanto com a difusão de conteúdos que estimulem a crítica social (desigualdades econômicas, costumes, preconceitos raciais e de classe, etc.) e a afirmação cultural. Seu projeto ético-estético é pautado, por um lado, pela deliberação

⁴ Q de Qualidade. Disponível em: <http://youtube.com/watch?v=EAPex7TAESk>. Acesso em: 20 de janeiro de 2009



em reinterpretar a realidade social e a produção cultural do País a partir da perspectiva do não-oficial, do popular e do periférico.

Na série *Cidade dos Homens* (2002), acompanhamos as peripécias e dificuldades na vida de dois jovens (*Laranjinha* e *Acerola*), negros e moradores de uma favela do Rio de Janeiro. A série durou quatro temporadas, teve ramificação para um filme homônimo, e mostrou um lado da periferia onde a violência não é a abordagem principal. Visão essa, compartilhada por outra obra do Núcleo: *Central da Periferia*, onde a apresentadora Regina Cazé mostra a efervescência musical de periferias de vários estados do país. Na série de programas além de apresentações musicais, a também atriz discute e mostra problemáticas vividas por moradores dessas regiões, que mesmo distantes se mostram na tela muito parecidas.

A minissérie *Antônia* segue bem essa “cartilha Guel Arraes” de contar histórias, trazendo para os lares brasileiros a realidade de moradoras da periferia de São Paulo. Nela, são mostradas as dificuldades da carreira musical longe dos centros. Contudo, em cada episódio, a minissérie explora os subtemas que compõem o todo da discussão social proposta pelas produções do Núcleo, como reintegração de presidiários à sociedade, preconceito racial, violência e sistema de saúde público, pontos-chaves do dia-a-dia de pessoas de comunidades periféricas brasileiras.

O surgimento desse programa na grade de programação de uma grande televisão aberta nacional é mais um exemplo do desenvolvimento de um fenômeno que sempre existiu, em maior ou menor quantidade, mas se acentuou nos últimos anos em noticiários, novelas e seriados: a televisão colocando em pauta o próprio telespectador, no caso de *Antônia*, especialmente, as comunidades de mulheres negras de periferia. A minissérie mostra um lado novo na representação da mulher negra. Desde o elenco, composto em sua maioria por afro-brasileiras, a localização da história e o elemento cultural que compõe o cenário, tudo é reflexo do espaço da negritude.

O ponto principal da minissérie recai sobre quatro mulheres negras, que são também exemplos de vida e modelos de beleza para uma parcela da população que raramente tem a oportunidade de ver-se representada na mídia. Assim, a minissérie tem como foco pessoas que tem carência de serem vistas na televisão, de se sentirem representadas nela, participantes de uma *comunidade*, no sentido que coloca Bauman (2003, p. 09) como um “tipo de mundo que não está, lamentavelmente, a nosso alcance – mas no qual gostaríamos de viver e esperamos vir a possuir”, ou seja, *comunidade*



como um local de segurança e de confiança que seria importante estar inserido. Então, trabalhar essas noções em uma minissérie como *Antônia é mexer*, também, com os desejos e esperanças dessa audiência, fazer com que ela sinta que não está esquecida.

Dessa forma, o Núcleo Guel Arraes, utilizando de um espaço de inovação aberto pela Globo, consegue trilhar o caminho da necessidade econômica do mercado junto com o da criatividade e discussão social, usando para isso novas fórmulas e modos de construir a linguagem televisiva. Vendo as configurações de tal grupo dentro de uma produção televisiva, nos vêm à mente as palavras de Machado (2008, p. 31) sobre esse caminho de encontro à qualidade na televisão:

Talvez se deva buscar, em televisão, um conceito de qualidade a tal ponto elástico e complexo, a ponto de permitir valorizar trabalhos nos quais os constrangimentos industriais (velocidade e standardização da produção) não sejam esmagadoramente conflitantes com a inovação e a criação de alternativas diferenciadas, nos quais a liberdade de expressão dos criadores não seja totalmente avessa às demandas da audiência nos quais ainda as necessidades de diversificação e segmentação não sejam inteiramente refratárias às grandes questões nacionais e universais. Numa sociedade heterogênea e complexa [...] uma televisão de qualidade deve ser capaz de equacionar uma variedade muito grande de valores e oferecer propostas que sintetizam o maior número possível de ‘qualidades’.

Isto é, a busca por um equilíbrio entre o lado comercial e o qualitativo deve nortear os produtores televisivos nas construções de produtos midiáticos. Trazendo, assim, um diferencial para a televisão.

Comunicação e Comunidade Midiática: Vínculo Social

Comunicação é uma ciência relativamente jovem, se comparada as suas irmãs com até séculos de estudos, e, talvez por conta dessa jovialidade, seja complicado chegar a uma definição de seu objeto de estudo. Sodré (2002, p. 222) aponta que “é difícil pensar no conceito de ‘um’ objeto para uma disciplina social atravessada pela profunda fragmentação, tanto dos fenômenos que procura quanto de seu próprio campo teórico”, ou seja, a comunicação é uma área repleta de nuances e diversidade, tornando difícil conceituar um objeto de estudo central. Porém, o próprio autor mostra um caminho do que poderia ser considerado como um objeto desse campo de estudo:

É possível sustentar que a Comunicação ocupa hoje uma posição reflexiva sobre a vida social, se não com ‘um’ objeto claramente discernível, certamente com um ‘núcleo’ ou um núcleo objetivável, onde se entrelaçam problematizações diversas do que significa a vinculação ou a atração social (ibid, ibdem)



Para Sodré, então, o objeto seria o *eu* e o *outro*, uma percepção do *ser-em-comum*, seja ele individual ou coletivo, isto é, uma aproximação entre os indivíduos. Tal entendimento nos levou a pensar como a televisão, constituinte do meio midiático, cria essa aproximação, esse vínculo, com os seus públicos. Que estratégias discursivas ela usa em seus programas? Sabemos que a TV tem como sua aliada não só os sons, mas, principalmente, suas imagens como linguagens, discursos:

A mídia televisiva, com o uso de suas próprias lógicas e modos operatórios, engendrados nas interações com as múltiplas culturas nas quais ela se insere, transforma o olhar em função eficaz, ou seja, em um modo de exercer o poder pela apreensão do olhar, estimulando o fascínio sobre quem a olha (SÁ BARRETO, 2007, p. 88)

Ou seja, a televisão usa de seu poder de fascinação para se aproximar de seu público e estabelecer seu vínculo, como apontado por Sodré. Além de usar esse fascínio, a mídia tenta também se aproximar de seu público a partir de outros modos. Sá Barreto (2007, p.90) coloca que a televisão:

Tenta minimizar as distâncias que existem com conhecimento prévio do universo do receptor, com base em pesquisas, lançando estratégias enunciativas nos moldes de produção de *pactos simbólicos* que possam criar vínculos com os receptores dessas ofertas.

Assim, a mídia televisiva não caminha no escuro no *mundo da audiência*, ela procura sempre estar ciente dos desejos e experiências constantes de seu público. Com base no que apura, prepara seus programas e mensagens na intenção de criar uma vinculação, a partir de *pactos simbólicos* interligados com a vivência do telespectador. Aqui, achamos interessante deixar claro que entendemos que esse *pacto* é apenas proposto, como aponta Sá Barreto (2007, p. 3):

A emissão se empenha em prescrever um acordo, um modo de leitura, partindo do princípio que o receptor sabe, mas não chega a ser um acordo e menos uma obrigação na relação simbólica entre produção e recepção, e sim, uma *proposta*, um percurso a ser seguido pelo receptor para ler o discurso; mas, reiteramos que nada garante que os enunciados proferidos venham a ser aceitos ou *lidos* com os mesmos sentidos como são propostos.

O receptor televisivo está sim diante de um discurso concebido pela emissão, porém, ele não é passivo como se poderia pensar no passado. Sendo assim, a televisão gera uma proposta simbólica que pode, ou não, ser aceita pelo indivíduo que tem contato com ela. Contudo, não podemos negar o empenho televisivo em que essa proposta seja aceita por variados públicos.



Nos últimos tempos, a televisão usou tais estratégias para entrar em contato com uma parcela da sociedade que, durante décadas, foi relegada das imagens televisivas: as *comunidades periféricas*. Podemos dizer, não só pela pouca exploração anterior delas pelo meio midiático, mas também, por uma vontade do público de se sentir partícipe de uma comunidade, que lhe traz a sensação de proteção. Bauman (2003, p. 7) sugere que a comunidade traz um sentido de aconchego: “a comunidade produz uma sensação boa por causa dos significados que a palavra ‘comunidade’ carrega – todos eles prometendo prazeres e, [...] a comunidade é um lugar ‘cálido’, um lugar confortável e aconchegante”, ou seja, ela é um lugar de segurança, onde se pode ficar e se sentir bem, sentir-se parte de algo, daí o alto valor dado as comunidades, sejam elas reais, virtuais, imaginadas ou midiáticas – “entendidas aqui como comunidades simbólicas geradas nas relações dialógicas com as comunidades reais dos seus entornos” (SÁ BARRETO, 2007, p. 82).

Sendo assim, o indivíduo sente a necessidade de estar inserido em uma comunidade que o identifique, o faça sentir-se partícipe da sociedade. “O que essa palavra evoca é tudo aquilo de que sentimos falta e de que precisamos para viver seguros e confiantes” (BAUMAN, 2003, p. 9). É importante para o indivíduo ter essa segurança e identidade. Esses desejos se tornam mais fortes ainda em grupos marginalizados da sociedade, como moradores de periferias urbanas, ainda mais quando falamos em representação televisiva.

Para Silverstone (2002, p. 183) “comunidades são vividas, mas também imaginadas”, e é com essa imaginação que a televisão trabalha na construção de suas obras, utilizando do simbólico como forma de auxiliar na vinculação com as comunidades.

Antônia é um exemplo do uso dessas estratégias de aproximação televisão/comunidades. A minissérie trabalha o sentido de comunidade e pertencimento a ela desde a escolha das protagonistas à construção do cenário, tentando sempre mostrar as dificuldades da comunidade formada pela periferia da Brasilândia, por exemplo, a locomoção da malha rodoviária, a estrutura de serviços de saúde, a convivência com a violência. Além do lado mais positivo das comunidades periféricas: criatividade, sentido de comunhão entre os moradores, superação, etc. Todos esses aspectos são trabalhados discursivamente para chegar perto dessa comunidade, buscando a aproximação com ela, no intuito de conquistar seu interesse.



Sobre essa ânsia de pertencimento e de uma ligação com a comunidade Silverstone (2002, p. 182) afirma que: “às vezes esse senso de pertencimento é opressivo. As fronteiras que nos protegem também nos restringem”, mas mesmo assim “sonhamos com comunidade. Com o comum e as realidades partilhadas que estão na base dela. Sonhamos com a segurança de lugar, familiaridade e cuidado” (id. *ibid.*). A comunidade tornou-se uma versão do lar, seja ela real ou imaginada, como acontece muito nas construções midiáticas. Compartilhamos da opinião do autor quando este coloca a necessidade de estudiosos da comunicação estudarem como a mídia e a comunidade tornaram-se tão intensa e sedutoramente entrelaçadas. Como esses processos são criados e suas conseqüências? Afinal existem sempre conseqüências quando se fala sobre a mídia.

Na expressão de comunidade pela mídia, pode-se detectar uma agenda política, singular, como também uma agenda social; e pode-se ver, nessas reivindicações por comunidade, um apelo direito por identificação e participação. (SILVERSTONE, 2002, p. 189-190)

O autor mostra bem como o surgimento de comunidades na televisão vem de uma agenda social. Não que acreditemos que seja por uma vontade própria da mídia, mas, muito ligada a uma exigência social, regada a já citada necessidade de angariar um público específico, que, como Silverstone coloca, apela por identificação e participação nos produtos culturais televisivos. Porém, por mais próximas que a expressão de uma comunidade na televisão seja, ela não deixa de ser uma expressão, representação imaginada de comunidade.

O papel da imprensa na criação de uma comunidade imaginada em escala nacional é um exemplo da maneira pela qual se poderia ver que a mídia exprime comunidade. (Bauman, 2003, p. 188)

Antônia: Comunidades Midiáticas Periféricas Negras

Como visto, a televisão se utiliza de várias estratégias discursivas para construir suas obras, e, assim, aproximar-se do seu público, mantendo um diálogo com ele. Em Antônia, sua estratégia de vinculação começa antes mesmo de ir ao ar, na escalação de um elenco majoritariamente negro e na escolha de uma história que se passa em um grande *centro* periférico nacional: Brasilândia. A minissérie se esmera em mostrar a realidade de periferia numa textura sem maniqueísmos. Podemos perceber esse posicionamento na abertura dos episódios, onde as protagonistas sempre são retratadas em um estilo de ensaio musical em uma imagem de tons cinza, alusão a uma realidade



sem o tradicional olhar unidirecional, do “ou preto ou branco”, mas sim um meio termo entre os dois: uma periferia nem completamente violenta, nem completamente tranqüila e festiva.

Essa abertura passa também uma noção de *making off*, registro de bastidores, uma forma de metalinguagem características das produções do Núcleo Guel Arraes. Nela, as quatro cantoras interpretam, entre suas canções, clássicos do samba nacional, como *Trem das Onze*, de Adoniran Barbosa, e *Eu sou favela*, de Bezerra da Silva, dois conhecidos compositores vindos de outras periferias do país, ressaltando, assim, a importância do samba na formação dos músicos periféricos – ritmo no passado menosprezado, assim como o rap até pouco tempo. Em meio aos *cortes de planos*, surgem os créditos com o nome das atrizes em tons de vermelho, colocando sua força e marca naquela *realidade cinza*.

A Brasilândia é sempre retratada como um *cenário vivo*, ou seja, movimentado com transeuntes em vários lugares, objetos que remontam o cotidiano periférico – varais de roupa amontoados em lajes de casas, jogo de futebol infantil no meio da rua – numa imagética de reforço de vida cotidiana normal e tranqüila em meio ao estereótipo comum de caos e violência periférica. Aliás, toda a minissérie trabalha muito com essa concepção de desconstruir o senso comum de que periferia é lugar de violência constante, miséria total e desgraça, mostrando a comunidade sempre com uma imagem em tons alegres e vibrantes, diferenciando do tom frio e acinzentado do centro da cidade..

Aliás, o *centro* sempre é mostrado na condição de lugar estranho, poderíamos até dizer *averso* às personagens, e com elas todos os que vêm de uma periferia. Nesse local, a vida aparenta ser mais difícil, caótica, cheia de malandragens, como podemos ver no primeiro episódio, ao mostrar camelôs vendendo produtos piratas em meio a uma calçada cheia de pessoas apressadas e tumulto, tanto visual quanto auditivo. Essa confusão também é mostrada constantemente na *planificação* das cenas, com uma câmera em constante movimento leve, com a *câmera na mão* e não estática, provavelmente tentando passar uma noção de personagens e uma história que não para nunca, que está caminhando sempre para algum lugar.

Outro ponto interessante da abordagem do seriado é a relação entre gêneros. Antônio busca construir um discurso de valorização das mulheres não só perante a sociedade, mas, sobretudo em relação aos homens, mostrados muito como obstáculos nos sonhos femininos, desonestos e não confiáveis. Vemos exemplos disto nos maridos



e ex-maridos das integrantes do grupo: Preta constantemente em atrito com o ex-marido por conta de auxílio no cuidado com sua filha; o mesmo com Leina e o marido, ora por conta do seu emprego ou por causa do sonho dela de ser cantora, todos os dois são empecilhos, na opinião dele, para ela ser uma boa *dona de casa*. E não podemos esquecer o engraçado, e mais do que malandro, Marcelo Diamante, empresário do grupo. Esse em sua primeira aparição na minissérie é mostrado como uma sombra perto das quatro mulheres, em um plano onde é *focado* de costas, com as atrizes a sua frente, mostrando só o contorno do seu corpo *apagado* pela luz *vinda* das quatro.

Essa construção de uma luta pela independência feminina do homem vem também em forma de diálogos, como no primeiro episódio, *De volta para casa*. Em um momento que o grupo buscava dinheiro para gravar e tirar fotos de encarte para um cd *demo*, a mãe de Preta, interpretada pela cantora Sandra de Sá, lhe entrega umas economias dizendo: “faz a capa do disco bem bonita, vocês quatro e sem nenhum homem na frente”. É uma mulher periférica diferente do pré-concebido pelo *centro*, pelas produções tradicionais televisivas e, talvez, até pela própria audiência que desconhece aquela realidade.

Por sinal, não se tem como falar de periferia e negritude sem tocar no assunto do preconceito racial. Praticamente, foi dedicado um episódio inteiro da primeira temporada para focar esse assunto. Em *Qualquer forma de amar vale a pena?*, segundo episódio, o tema começa a ser abordado quando Barbarah está na pista de dança de uma boate e é paquerada por um turista mineiro que lhe pergunta: “Oh morena, quer dançar comigo?”, na mesma hora ela rebate dizendo: “tá vendo alguma morena aqui? Eu sou negra”. A passagem já mostra uma afirmação da raça negra, em sua plenitude, sem as amenizações que normalmente até os negros fazem. O clima de romance entre os dois segue, e resolvem ir para o apartamento do garoto. Após passarem a noite juntos o turista pergunta a Barbarah quanto é o programa, confundindo-a com uma prostituta, ela se revolta e vai embora. É a lógica utilizada comumente por turistas e pessoas fora do eixo periférico: mulheres negras juntas em uma boate, só podem ser prostitutas.

Mais a frente no mesmo episódio, as quatro protagonistas se encontram em um baile funk e encontram o mesmo turista, que consegue fazer o DJ da festa tocar a música delas. Depois dessa atitude, Barbarah chega até o rapaz e diz: “Prazer, meu nome é Barbara, sou negra, cantora e não sou prostituta”. É a afirmação final da identidade negra perante os outros. Nesse mesmo episódio outra cena merece destaque. Em determinado momento nos deparamos com Emilia, filha de Preta, brincando com



uma boneca de cor negra, chamada *Elza Soares*, nome de uma grande cantora negra brasileira. Mais uma mostra da valorização dos negros e de se ensinar crianças periféricas negras a se identificarem com sua raça.

É essa criatividade da periferia, que inventa bonecas que não se vê em lojas, que se vê em toda a minissérie. Como no terceiro episódio, *Nem tudo é relativo*, onde logo no início as *Antônia* estão ensaiando para um evento comemorativo de Hip-Hop, em uma casa, e são interrompidas pelo som de pessoas tocando samba na *laje* perto de onde estavam. Entre problemas técnicos, discussões e quase briga entre os dois grupos, elas resolvem convidar os sambistas a tocarem juntos e fazerem um *hibridismo musical*. A conhecida capacidade brasileira, e principalmente periférica, de dar um *jeitinho* é bem mostrada nesse momento. A cena é encerrada com uma *visão geral* da Brasilândia, tendo a música delas misturada ao samba de fundo. Com isto, entendemos que a minissérie queira ressaltar a capacidade de apaziguamento dessas camadas sociais. Trata-se de outro momento em que os produtores trabalham estrategicamente para desconstruir o conceito de periferia como *briguento*, dado às *confusões*, etc.

O ensaio é para um evento intitulado *Hip-Hop para celebrar a vida*, onde vemos dança de rua, basquete, grafite, disputa de rap, representando atividades artísticas típicas da periferia, procurando mostrar a criatividade da comunidade, combinada com as características de protesto que essas expressões trazem. Esse episódio, também, caracteriza-se pela entrada da temática *violência* na história da minissérie. Já no início foca um noticiário de TV que mostra atentados a ônibus em São Paulo promovidos pelo *Primeiro Comando da Capital* (PCC), grupo criminoso. Em seguida, a música nova de trabalho do grupo versa exatamente sobre o tema, evocando a paz a partir da música: "o som que bate forte move uni a quebrada, quem só falha escuta o som e se desarma". Essa música, no show que elas fazem, é cantada sendo *hibridizada* com o grupo de samba. Juntos eles cantam o refrão de *Eu sou favela*, música de Bezerra da Silva: "a favela, nunca foi reduto de marginal / Ela só tem gente humilde marginalizada / e essa verdade não sai no jornal / a favela é um problema social."

Toda essa construção contesta como a favela sempre foi mostrada na sociedade: um lugar somente de marginais e violência, sem a preocupação com os seus problemas sociais. Discurso fortificado pelos *entrecortes* da apresentação musical, com *seqüências* da cena do ex-marido de Preta seqüestrando um ônibus e queimando-o a mando do PCC, mesmo a seu contragosto.



Aliás, a violência em Antônia não aparece somente da forma comum que sempre vemos em programas policiais sensacionalistas, mas também a partir de comportamentos e situações, tanto pessoais quanto da sociedade para com as protagonistas e a periferia em geral. Em *Toque de recolher*, penúltimo episódio da primeira temporada, durante a apresentação do grupo em um programa de televisão, a polícia invade o *barraco* do ex-marido de Preta e o prende, tendo que levar Emília, filha do casal, que estava sob seus cuidados, junto por não ter com quem deixá-la. Na delegacia, a violência do dia-a-dia policial é mostrada. A menina se depara com um travesti e uma mulher agredida pelo marido, e quando pergunta ao travesti “você é mulher ou homem?”, ele responde: “depende da necessidade da coisa”. Para a minissérie o centro é tão problemático quanto à periferia pode ser.

Em outra cena, essa *violência* é enfocada quando Preta liga para a delegacia e a telefonista não a atende direito, desligando o telefone com a desculpa de que ela “estava ocupando a linha”. Tal momento de desrespeito também é vivido pelas outras protagonistas. Na tentativa de uma carona para ir à delegacia, elas se deparam com o desdém de vários motoristas. Durante esses instantes, caminhando por uma ponte de São Paulo, Preta pensa: “nessa hora um tinha que ajudar ao outro, mas é bem ao contrário, é um sozinho para cada lado”, seguindo: “essa cidade desse tamanho, desse jeito... pode fazer você se sentir pequeno de repente, perdido, sem nada”. Essa passagem coloca em xeque a falta de solidariedade e altruísmo dos centros urbanos, característica valorizada nas periferias, no coleguismo existente nas comunidades periféricas. É a necessidade de aconchego e proteção que tanto coloca *Bauman*.

Como uma minissérie que se propõe criar um discurso sobre a periferia, Antônia não podia deixar de falar sobre um problema sério vivido por qualquer comunidade periférica do país: sistema de saúde pública. O episódio *Fidivó* conta com a narração da menina Emilia, contando a peregrinação da mãe de hospital em hospital para tratar de uma doença de sua avó. Assim como em toda a temporada, a minissérie constrói o discurso que pretende defender: a saúde no país, ainda mais para periféricos, é defasada. No primeiro hospital que elas vão, por exemplo, podemos ver muitas pessoas nos corredores, demora na fila de espera, falta de estrutura e descaso do próprio médico que as atende. Ele, sem fazer um raio-x na mãe de Preta, passa uma receita e a libera, gerando indignação na cantora. Na fala do médico quando confrontado, temos o retrato do desgaste na saúde pública: “lá em Brasília o presidente diz que a saúde tá quase a perfeição, enquanto a perfeição não chega eu tenho trinta pessoas lá fora para atender”.



Depois de peregrinar por vários hospitais, todos sem vagas, elas conseguem uma internação, porém, a avó de Emilia permanece no corredor em uma maca sem nenhum atendimento o dia inteiro. Quando Preta retorna do trabalho fica sem saber onde sua mãe está (pois, foi removida do corredor), até que uma médica lhe conta que sua mãe morreu de um ataque cardíaco, proveniente de uma infecção pulmonar avançada. Em toda essa situação, a trama denuncia o *caos da saúde*, com a demora em atendimento e mau planejamento social, que leva muitos moradores de periferia a óbito.

Depois do enterro da mãe de Petra, são mostradas cenas da vida na Brasilândia: crianças brincando, mulheres pendurando roupa no varal, em um quarto Preta contando as dívidas para pagar e Emília aparece sentada numa laje, com a favela de fundo e olhar pensativo. A minissérie enfatiza a capacidade periférica de se reerguer, de seguir diante de um problema. Colocar a filha de Preta como narradora nesse episódio enfoca também o papel de uma mãe solteira na periferia. Logo no início do episódio, Emilia explica que *Fidivó* significa *Filha de Vó*, “a mãe sai para trabalhar, as avós que cuidam”. A criança fala que ela e sua mãe foram *filhas de vó*, uma condição bem corriqueira na periferia. Já no primeiro episódio a minissérie coloca essa temática. Em uma conversa com sua filha, Preta fala sobre os problemas que existem em ser mãe solteira, como o distanciamento de relacionamentos amorosos, e falta de tempo para se estar com a filha. Enfim, uma vida como de muitas mulheres de comunidades periféricas, que tem que batalhar todo dia para cuidar de seus filhos.

Alias, a *batalha*, a busca por um sonho, é o mote principal da minissérie, que procura sempre a valorização das mulheres negras periféricas, a exemplo do encerramento da temporada, na preparação das meninas para um grande show. Emilia narra às características de cada uma das personagens comparando-as com seus cabelos, exaltando a beleza de um cabelo crespo negro:

A Lena levantou cedo para ajeitar aquele cabelo todo, minha mãe vive dizendo que ela tem a alma toda crespa. Muito diferente da Barbarah, que tem cabelo, alma, coração tudo black. Mas a mais bonita é minha mãe, eu tive sorte de ter ela como mãe, só não tive sorte com meu cabelo, que não fica igual ao dela.

No show, elas cantam o hit *Antônia*, com a significativa frase: “Antonia sou eu, Antônia é você”, uma afirmativa de que o sonho delas pode se realizar, assim como de qualquer um de quem as vê. Emilia narrando diz: “elas são muito diferentes entre as quatro, quando eu crescer eu quero ser que nem elas”, e olhando para a câmera fala: “muito diferente”. A trama exalta o respeito à diferença e a individualidade, coloca em



evidencia a mulher da periferia como uma guerreira, como as protagonistas mesmo dizem em uma entrevista a um programa de TV no penúltimo episódio. Nela, explicam o porquê do nome do grupo: “Nossos quatro avôs chamavam Antônio, então agente resolveu fazer uma homenagem. Antônia é toda *guerreira, gloriosa, famosa* e que não tem *preço*”.

Antônia fala de sonhos, da busca da felicidade mesmo em situações adversas. É a minissérie falando que ser feliz é o desejo das quatro, e de todo mundo que vive em uma periferia. É o dar a volta por cima de que fala o compositor Paulo Vanzolini, que elas cantam na abertura do último episódio: “Chorei, não procurei esconder/ Todos viram fingiram/ Pena de mim não precisava/ Ali onde eu chorei qualquer um chorava/ Dar a volta por cima que eu dei/ Quero ver quem dava [...] Levanta, sacode a poeira e da à volta por cima”.

Com a minissérie, a Globo configura uma periferia como um local de superação, como é construído ao fim do episódio *Toque de recolher*. Após conseguir chegar ao encontro da filha e reencontrar as amigas, Preta sai com todas cantarolando *Samba da Bênção*, de Vinicius de Moraes, no trecho que diz “é melhor ser alegre que ser triste, alegria é a melhor coisa que existe”. Ao fim, ela pensa em narração *over*: “Antônia é o nome do nosso sonho, e você pode dar o nome que quiser para o seu”, isto é, a música é o sonho que as move, mas cada pessoa da periferia deve seguir o seu próprio sonho, seja qual ele for.

Com Antônia, a Rede Globo buscou ampliar seus processos de vinculação com as periferias, enfocando uma camada pouco explorada: as mulheres negras. Em *Cidade dos Homens* ela já tinha dialogado com jovens negros, em *Central da Periferia* com toda a periferia, de uma forma mais geral. Com essa minissérie, foi à hora de *conversar* de forma diferente, adaptar o discurso para essa fatia da população das comunidades periféricas, procurar desconstruir práticas preestabelecidas durante décadas. Está nesse ponto, possivelmente, a grande contribuição de Antônia para a produção televisiva nacional, uma produção que a cada dia abre mais espaço para a voz da periferia, em vários de seus aspectos: seja com os adolescentes fugindo da tentação da criminalidade ou com mulheres que tentam seguir adiante com seus ideais, mesmo com todos os obstáculos.



Referências bibliográficas

BAUMAN, Z. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2003.

BORGES, Gabriela; BAPTISTA, Vitor Bela (Orgs.). **Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão**. Lisboa: Livros Horizonte. 2008

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Comunicação Audiovisual: gêneros e formato**. 2007

FIGUERÔA, Alexandre e FECHINE, Yvana (Editores). **Guel Arraes: um inventor no audiovisual brasileiro**. Recife: CEPE, 2008

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LCT, 1989.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 3ª ed. – São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2003.

SÁ BARRETO, Virgínia. **Comunidades Midiáticas, telejornalismo e dialogias culturais**. In: PAIVA, C.C; BARRETO, E; SÁ BARRETO, V.. (Org.). *Mídias & Culturalidades: análise de produtos, interações e fazeres*. 1 ed. João Pessoa: Ed. UFPB, 2007

_____. **Culturas televisivas e sociabilidades: configurações, pactos e sentidos de comunidades periféricas na TV**. *Culturas midiáticas/Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, UFPB, Vol II, n. 1, p. 131-145, 2009.*

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. São Paulo: Moderna, 1998.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso: introdução a análise de discursos**. São Paulo: Hacker Editores, 1999

Propaganda “Q de Qualidade”. Disponível em: <http://youtube.com/watch?v=EAPex7TAESk>
Acessado em: 20 de janeiro de 2009.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias a cibercultura**. São Paulo: Paulus Editora: 2003.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SODRÉ, Muniz. **A Máquina de Narciso**. São Paulo: Cortez, 1990.

_____. **Comunicação, um novo sistema de pensamento?** In: *Campo da Comunicação: problematizações e perspectivas*. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2001.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

UOL. Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/ultnot2006/11/09/ult68u11590.jhtm>
Acessado em: 16 de janeiro de 2009.