



Capitu: literatura e sua metamorfose em produto do mercado televisivo*

Valério Cruz Brittos**
Denis Gerson Simões***

Resumo

O artigo discute a microssérie *Capitu*, produzida pela Rede Globo de Televisão e exibida em dezembro de 2008, junto às atividades referentes ao centenário de morte do escritor Machado de Assis. Dialogando também com a obra literária *Dom Casmurro*, é proposta uma análise do audiovisual e seu contexto, pontuando questões referentes à economia política da comunicação. Dentre os pontos abordados estão os que se referem ao padrão tecno-estético e ao planejamento da emissora, que ocupa posição hegemônica no mercado nacional.

Palavras-chave: Televisão; economia política da comunicação; processos midiáticos; indústrias culturais; padrão tecno-estético.

Introdução

Inegavelmente os cidadãos brasileiros da primeira década do século XXI estão imersos em transformações constantes e acentuadas no cotidiano, reflexo de uma realidade social e econômica que se espelha diretamente no modo de vida da população. Estas mudanças atingem de forma diferenciada os diversos segmentos da sociedade, acabando por ser mais intensa em grupos que têm acesso aos avanços tecnológicos e que, de um modo ou de outro, estão possibilitados a exercerem de maneira mais ampla sua cidadania. O processo de digitalização avançado e a multiplicidade da oferta de produtos e serviços estão entre as tendências crescentes deste quadro, que acaba por se delinear de acordo com as conjunturas do capitalismo vigente.

Como termômetros deste contexto estão os meios de comunicação de massa, que simultaneamente dialogam com as diversas áreas de interesse da população e ainda estão amplamente conectadas ao mercado, já que é através do financiamento

* Trabalho apresentado na Intercom Sul, na divisão temática de Comunicação Audiovisual, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

** Professor titular no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), pesquisador do CNPq, coordenador do Grupo de Pesquisa CEPOS (apoiado pela Ford Foundation), doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e vice-presidente da Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC-Federación). E-mail: <val.bri@terra.com.br>.

*** Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), com bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), membro do Grupo de Pesquisa CEPOS (apoiado pela Ford Foundation) e licenciando em História pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: <denis@portal25.com>.



publicitário que obtém recursos para atingir lucratividade. Observa-se que a televisão, a principal mídia atuante, seja por popularidade, seja por rendimento econômico, tem necessitado se adequar a esta fase de mudanças, adaptando antigos modelos de produção às novas tecnologias ou mesmo inventando novas vias, mesmo que segmentadas, de alcançar públicos.

Em meio a este panorama encontra-se a produção *Capitu*, da Rede Globo de Televisão, empresa de comunicação hegemônica no Brasil que necessita, devido às conjunturas, constantemente renovar-se e adaptando-se às tendências mercadológicas e à opinião pública, para garantir sua liderança no segmento de TV aberta brasileira. A emissora é referência no país e atinge em muitos momentos mais de 50% da audiência nacional, tendo em sua grade de produtos midiáticos tanto os tradicionais clichês televisivos, de cunho popular e amplo como as telenovelas, em sua maior parte, quanto, subsidiariamente, ações mais arrojadas, em horários alternativos, voltadas a um público mais segmentado e diferenciado.

Esse tipo de lógica, de mesclar tendências, é uma estratégia da emissora frente às necessidades de atender a uma demanda ampla de consumidores da mídia televisiva, tendo a Rede Globo uma proposta de programação generalista. *Capitu* faz parte do que a emissora batizou de *Projeto Quadrante*, um conjunto de quatro microsséries, exibidas uma por ano, que segue, até o momento, tendências já aprovadas pelo *núcleo global* nas duas jornadas de *Hoje é dia de Maria*. São produtos de alto custo e arrojados nos detalhes, exibidas após o horário nobre e em poucos capítulos. Um trabalho bastante enfatizado na publicidade, mas curto em duração e que atinge um público mais segmentado.

Mas *Capitu* não é meramente uma microssérie. Trata-se de uma releitura do clássico de Machado de Assis, *Dom Casmurro*, um texto que, além de ser um campeão de vendas, passados mais de um século de sua publicação, é também um dos marcos da literatura brasileira e destaque entre as obras de língua portuguesa.¹ Faz parte das discussões acadêmicas, da vida escolar e do imaginário dos leitores em geral. Inegavelmente a produção não dialoga somente com os espectadores, mas também com as concepções que estes têm da própria obra machadiana. Trata-se de um diálogo que ultrapassa simbolicamente a própria televisão, chegando às residências quando do centenário de morte do autor.

Este trabalho audiovisual diferencia-se dos padrões televisivos brasileiros.

¹ ASSIS, Machado. **Dom Casmurro**. Porto Alegre: Klick / Zero Hora, 1997.

Destoa das linhas convencionais em sua estética, na produção, nas técnicas, nos custos e, além de outras questões, nos seus reflexos junto aos expectadores. Um trabalho que, mesmo dissonante de outras dramaturgias da emissora, pertence a um projeto *global*. É a emissora hegemônica, dentro de uma tradição de se consolidar nos diversos mercados nacionais e abrir portas para os internacionais, enraizando-se em um segmento de trabalho a pouco tempo explorado, rearticulando-se dentro de lógicas capitalistas vigentes.

A Ópera²

O teatro é, historicamente, a casa da dramaturgia. A ópera é uma das confluências dessa representação teatral com a música, no cruzamento onde não se sabe exatamente onde inicia o papel de ator e finda o do músico. É um conjunto grandioso e oneroso, deslocando para o palco uma superprodução e exigindo muito ensaio e preparação. Um trabalho que cuida fundamentalmente da estética de todo o conjunto, uma expressão de arte que, devido às confluências socioculturais, acabou por ser voltada a um segmento de público específico.

“*A vida é uma ópera*, dizia um velho tenor italiano que aqui viveu e morreu”;³ escreveu Dom Casmurro ao seu leitor. Esta frase acabou por tornar-se referência ao diretor a realizar *Capitu*, levando-a quase ao pé da letra. Através de uma estética teatral, em um espaço também próximo a uma sala de espetáculos,⁴ é que foi contada a história por Bento Santiago. Neste contexto cênico, Carvalho acaba fugindo, como ocorreu nas jornadas de *Hoje é dia de Maria* e *A Pedra do Reino*, da aparência real do cotidiano e acabou trabalhando fortemente com as simbologias e a imaginação. Neste ponto o diretor é claro: “Ao me aproximar da literatura, estou fugindo de qualquer forma realista ou naturalista de encenação”.⁵ Se essa tendência será implementada tal e qual nas próximas duas teledramaturgias do *Projeto Quadrante*, isso ainda é uma incógnita.

Mas, diferente dos outros dois casos apontados, *Capitu* vai se desprender de alguns padrões da obra original e promove novos diálogos com o público, atuando fortemente com a estética e a sonorização do passado mescladas ao presente. Cabe ao receptor distinguir os diversos *nuances* contidos na produção. O diretor brinca com o

² Dá nome ao capítulo 9 de *Dom Casmurro*.

³ ASSIS, Machado de, op. cit., p. 27.

⁴ Devido a questões orçamentárias, o diretor adaptou a proposta inicial de *Capitu* para o prédio do Automóvel Clube do Brasil: “Praticamente em ruínas, decadente e abandonado, infelizmente, mas que me serviu como uma luva às nossas necessidades de produção da minissérie”, coloca Carvalho. CARVALHO, Luiz Fernando. Diálogo com o diretor. In: CARVALHO, Luiz Fernando (Org.). *Capitu*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2008. p. 82.

⁵ CARVALHO, Luiz Fernando. *Projeto Quadrante*. Disponível em: <<http://quadrante.globo.com/>>. Acesso em: 9 fev. 2009.



espectador ao misturar tendências, mas mantém o texto, de acordo com a linguagem de Machado, acabando por tanto renovar a obra original, dentro de uma nova proposta, quanto criar algo novo: é claramente *Dom Casmurro* que está na televisão, mas visto por *outras lentes*. Sobre isso Luiz Fernando Carvalho coloca:

Em seus textos [de Machado de Assis], não encontramos apenas uma mera reprodução dos costumes da época, mas, se por um lado sua leitura nos traz as contradições do mundo social do século XIX, por outro, me parece evidente que sua literatura vai muito além dessas questões. Como diretor de uma minissérie, não me interessa levantar uma simples reconstituição de época, porque isso não é o mais importante do texto.⁶

O diretor vai se utilizar desta idéia de contradição para evidenciá-la em toda a estrutura da produção, seja na iluminação, na sonoridade, na cenografia, nas cores, no contraste do antigo e do novo, entre outros. Mesmo que o resultado do trabalho não seja um século XIX fiel, mas sim uma inspiração, estes choques de estilos e gêneros adotados, estas liberdades artísticas, afloraram no espectador do presente um simbolismo peculiar, aguçaram uma sensibilidade que uma reprodução verossímilante à realidade do Brasil da segunda metade de 1800 provavelmente não conseguiria.

A história segue praticamente de modo linear, como apresentado no livro, havendo pequenas reordenações para dar ritmo ao audiovisual. O personagem Dom Casmurro, passado os acontecimentos, literalmente entra em cena e guia o espectador por suas lembranças, desde o princípio de sua *ópera* até o desfecho. Faz isso abaixo de holofotes e um cenário artesanal, mas de altos custos. Retoma a estética dos palcos, mas não o faz como teatro filmado. Os personagens são dinâmicos no espaço, que é refeito e reconstruído constantemente, com tomadas junto ao chão, ou mirando o teto, ou nos olhos de ressaca da personagem. É claramente um programa audiovisual, mas o espaço é teatral, uma arte cênica de rua onde o espectador anda junto com o narrador, mas é surpreendido com as diversas formas de mostrar a mesma locação.

Estas opções audiovisuais promovidas em *Capitu* foram completamente diferentes das de Moacyr Góes para seu filme *Dom*,⁷ também inspirado em *Dom Casmurro*. Nesta película as desconfianças presentes no romance de Machado acabam se refletindo no presente, no Rio de Janeiro do século XXI, em um jovem homônimo ao

⁶ CARVALHO, Luiz Fernando, Diálogo com o diretor. In: CARVALHO, Luiz Fernando (Org.). **Capitu**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2008. p. 76.

⁷ DOM. Direção: Moacyr Góes. Produção: Telmo Maia e Diler Trindade. Elenco: Marcos Palmeira, Maria Fernanda Cândido, Bruno Garcia, Malu Galli, Thiago Farias, Luciana Braga, Leon Góes, Walter Rosa, Nilvan Santos, Gustavo Ottoni, Ivan Gradin, Isa Shering, Cláudia Ventura, Ana Abott. Roteiro: Moacyr Góes. Música: Ary Sperling. Rio de Janeiro: Diler & Associados / Warner Bros, 2003. 1 DVD (91 min).



Bento do livro e que passa a absorver as paranóias do Dom Casmurro fictício. O longa-metragem busca se confundir com a vida cotidiana do século XXI, sendo inevitáveis as alterações dos rumos da estória original para que fosse parecido com a realidade. Casualmente, a atriz Maria Fernanda Cândido, que interpretou Ana (projeção de Capitu no presente), também atuou em *Capitu*, desta vez como a própria personagem em sua fase adulta.

Assim como a ópera é uma produção artística seletiva, pelo menos nos padrões sócio-culturais brasileiros, *Capitu* também o foi. Sua estética, ritmo, musicalidade, entre outras características, desagradou muitos espectadores, principalmente aqueles que não estão acostumados a outros moldes de *fazer TV*. Não se trata de um trabalho voltado às elites, por mais que muitas vezes a agrade, mas sim uma opção que, por seu caráter alternativo, acaba sendo palatável a uma minoria.

A produção, ao mesclar tendências diferenciadas de uma tradição da teledramaturgia brasileira, acabou por construir uma cisão entre si e seus pares, à exceção das microsséries irmãs *Hoje é dia de Maria* e *A Pedra do Reino*. Acaba por dialogar mais com o teatro do que com a telenovela. Seu aspecto de obra alternativa aos modelos vigentes acaba por simultaneamente minimizar sua inserção maciça junto aos espectadores tradicionais, que representa uma queda no IBOPE⁸ do horário na grade de programação, e esse mesmo contexto finda por fortificar a aura de produção qualificada e de empresa responsável, mesmo que não haja, necessariamente, correlação entre as idéias.

Devido à estética alternativa, a produção acabou por conseguir dialogar com poucos. Provavelmente poucos também se mostraram dispostos a dialogar com ela. Mas mesmo pouco vista, se comparada às novelas da grade, ela foi bastante repercutida, positiva ou negativamente. Como escreveu uma moça ao comentar uma notícia sobre a série: “A repercussão da minissérie pode ser notada pela grande procura da música *Elephant Gun*, que faz parte da trilha sonora. No *You tube* está *bombando*”.⁹

Dúvidas sobre dúvidas¹⁰

Capitu tinha olhos de ressaca. Segundo José Dias, ela tinha “olhos de cigana

⁸ Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – IBOPE. O termo “Ibope” transcendeu o próprio nome da instituição, sendo “verbeta de dicionário no Brasil e consta como sinônimo de pesquisa, audiência e prestígio”. IBOPE. **Quem somos.** Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&comp=Grupo+IBOPE&db=caldb&docid=8D60A353BFE2430783256E60006C4316>>. Acesso em: 17 mar. 2009.

⁹ RICCO, Flávio. Capitu - Crise na Globo. **Canal 1.** Disponível em: <<http://canal1.blogtv.uol.com.br/2008/12/12/capitu--crise-na-globo>>. Acesso em: 10 fev. 2009.

¹⁰ Título do capítulo 115 de Dom Casmurro.



oblíqua e dissimulada”.¹¹ É a visão de Dom Casmurro que se evidencia, quando diz que os olhos da mulher que foi sua esposa “traziam não sei que fluido misterioso e energético, uma força que arrastava para dentro, como a vaga que se retira da praia, nos dias de ressaca”.¹² Um mistério e sedução que se fazem presente na estética da microssérie da Globo.

Neste *palco* os elementos em cena são claramente teatrais, com suas mascaras cênicas a confundir o espectador, aflorando o questionamento se as palavras do narrador são fiéis descrições do acontecido ou pura paranóia de um homem corroído por seus conflitos internos. Mas, mesmo na dúvida, a *Capitu* presente na tela é a da imagem da memória de Bento Santiago, menina e mulher sedutora e dissimulada. Seguindo tendências do livro, a produção acaba por não responder ao questionamento que vence o século: ela realmente traiu seu marido?

Mas mesmo com diferenças, o livro explanado continua sendo *Dom Casmurro*; todavia a microssérie não o é: é *Capitu*. Mas porque da alteração? Em matéria sobre a série, o *Correio Brasiliense* coloca:

Foi num estalo, aliás, que *Capitu* lampejou na cabeça do Luiz Fernando Carvalho. Simultaneamente, ele balbuciou o nome da personagem e a minissérie deixou de se chamar *Dom Casmurro*. [...] “Foi sem nenhum processo racional, que senti *Capitu* como um estopim, um elemento detonador de todos os processos do livro de Machado de Assis. [...]”, conta o diretor.¹³

A transposição de um texto literário a uma estrutura audiovisual, seja cinema ou televisão, é sempre uma tarefa complexa. Por este motivo que Luiz Fernando Carvalho, ao comentar seu trabalho em *Capitu*, evidencia que não acredita em adaptações de textos; acha que “as adaptações sempre são, de certa forma, um achatamento da obra, um assassinato ao texto original”.¹⁴ Neste sentido, o autor coloca sua própria definição:

Por conta disso, defino o trabalho feito na minissérie como uma aproximação. Por isso optei por outro título, “*Capitu*”, diferente de *Dom Casmurro*, portanto. Assim a idéia de uma aproximação ficaria mais clara, revelando não se tratar apenas de uma tentativa de transposição de um suporte para outro, e sim de um diálogo com a obra original. E por sua vez, nasce daí também uma outra tentativa: o diálogo com a personagem *Capitu*, que no próprio texto do Machado é

¹¹ ASSIS, Machado, op. cit., p. 71.

¹² Ibid., p. 71.

¹³ MAGGIO, Sérgio. Luiz Fernando Carvalho lança sua visão estética sobre o romance *Dom Casmurro*. *Celebridades*. Divirta-se. **Correio Brasiliense**. Disponível em: <<http://divirta-se.correioweb.com.br/materias.htm?materia=5497&secao=Celebridades&data=20081209>>. Acesso em: 10 fev. 2009.

¹⁴ CARVALHO, Luiz Fernando, op. cit., p. 75.

tão misteriosa e enigmática.¹⁵

A justificativa de Carvalho quanto à alteração de nome ser uma forma de evidenciar a diferença entre a microssérie e o livro é coerente, já que *Capitu* é tão ícone da obra quanto o título, e por vezes mais conhecido do público de massa do que o do protagonista, Bentinho. Mas há também questões técnicas e mercadológicas que confluem para esta mudança. A própria sonoridade da palavra *Capitu* e memorização dela parecem mais simples que do *Dom Casmurro*.

Ao nominar a microssérie de *Capitu*, a Globo construiu um distanciamento do aspecto *casmurro* que parte da população atribuiu ao *clássico*, evidenciando novamente o mistério em torno da personagem feminina que pulsa no desejo e também imaginário de Bento Santiago. Além disso, é importante frisar, o nome *Capitu* não é novidade no cenário cultural brasileiro, sendo algo mais próximo do público, já que está integrado a músicas e nominou personagens de novelas.

Mas para que retomar Machado? Seria por necessidade de audiência? Um dado concreto é que é através da visibilidade pública em alta escala que as emissoras conseguem garantir sua principal arrecadação com publicidade. Uma prática quase tão antiga quanto a tevê. Então, mesmo havendo outros fatores que atuem junto ao espectador e os anunciantes para promover a fidelização, a questão do índice de audiência faz-se no mínimo relevante.

Neste contexto, *Hoje é dia de Maria* mostrou-se uma surpresa positiva à emissora, quando alcançou uma média de 36 pontos no Ibope, no passar de seus oito capítulos.¹⁶ Estes resultados não só representaram um investimento de sucesso, como acabaram gerando, no mesmo ano, uma continuação, contando com lançamentos paralelos de CD com a trilha sonora e livro com os diálogos das duas jornadas de Maria. Essa *segunda jornada*, exibida em meio aos festejos do dia da criança de 2005 (em cinco capítulos) acabou por também ter boa audiência, mas não alcançou a primeira, ficando no último capítulo com uma média de 27 pontos.¹⁷

Viu-se, assim, um produto segmentado, com nova estética e alto padrão de qualidade, mas que manteve os objetivos mercadológicos da emissora. Este resultado

¹⁵ Ibid., p. 75.

¹⁶ MENDONÇA, Martha. O sonho não acaba. *Época*, Rio de Janeiro, n. 386, 06 out. 2005. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG71886-6011,00-O+SONHO+NAO+ACABA.html>>. Acesso em: 04 mar. 2009.

¹⁷ ROCHA, Ará. Final de Hoje é Dia de Maria marca 27 pontos de audiência. *O fuxico*. Disponível em: <<http://ofuxico.terra.com.br/materia/noticia/2005/10/17/final-de-hoje-e-dia-de-maria-marca-27-pontos-de-audiencia-3534.htm>>. Acesso em: 04 mar. 2009.

fortificou sua imagem em larga escala, dando reflexos internacionais, já que a microssérie acabou ganhando prêmios e sendo destacada no exterior.¹⁸ O projeto inovador trazido por Carvalho também começou a sinalizar possíveis ingressos das produções *globais* em mercados estrangeiros de segmentos diferenciados dos já alcançados pela Divisão de Negócios Internacionais (DNI) da Globo.¹⁹

Os bons resultados deste primeiro ensaio deram fôlego a Carvalho colocar em prática o *Projeto Quadrante*. Mas foi na primeira produção das quatro previstas que a audiência não se mostrou favorável. *A Pedra do Reino* alcançou uma média de 11 pontos, no transcorrer dos seus cinco capítulos, o que se apresentou como baixo para os padrões do horário.²⁰ Na ocasião a Globo não só perdeu momentaneamente a liderança como acabou na terceira colocação, abaixo da Record e do SBT:

A microssérie dirigida por Luiz Fernando Carvalho estreou [...] com média de 12 pontos no Ibope. No horário, a Record alcançou o topo por 31 minutos com a novela *Vidas Opostas*. Na quarta-feira [segundo dia de exibição], registrou apenas 9,4 pontos [...], 2,6 a menos do que na estréia. No horário, a Record voltou a ser líder, com 13,6, com filme *O Guru do Sexo*.²¹

Não tardaram as críticas à produção. *Sites* e blogs manifestaram-se, mas a maioria chegava a um ponto fundamental - a microssérie não cativou o espectador por ser de difícil entendimento. O interessante é que são poucas as críticas negativas quanto à qualidade²² da obra realizada por Luiz Fernando Carvalho neste trabalho com o texto de Ariano Suassuna, por mais que haja apontamentos referentes à dificuldade de compreensão do conteúdo, ou mesmo que é uma produção tão rica em detalhes que necessitaria de um ambiente diferenciado do da televisão para que pudesse ser adequadamente absorvido.

Coincidência ou não, *Capitu* conseguiu alavancar um pouco mais a audiência, se

¹⁸ MEMÓRIA Globo. **Hoje é dia de Maria**. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-237354,00.html>>. Acesso em 04 mar. 2009.

¹⁹ “A produção brasileira [...] está na mira da NBC Universal, que quer uma possível co-produção da série, para ser exibidas nos Estados Unidos. [...] Os americanos ficaram impressionados com Hoje é Dia de Maria, apresentado pelo diretor Luiz Fernando Carvalho, durante um evento pré-Emmy. Logo após a apresentação, Fernando participou de uma reunião e recebeu a proposta de co-produção”. BARREIRA, Daniele. Hoje é Dia de Maria pode ganhar versão em inglês. **O fuxico**. Disponível em: <<http://ofuxico.terra.com.br/materia/noticia/2005/11/22/hoje-e-dia-de-maria-pode-ganhar-versao-em-ingles-6233.htm>>. Acesso em: 04 mar. 2009.

²⁰ CULTUREBA. “**Capitu** dá mais audiência que “**A Pedra do Reino**””. Disponível em: <<http://cultureba.com.br/2008/12/16/%E2%80%9Ccapitu%E2%80%9D-da-mais-audiencia-que-%E2%80%9Ca-pedra-do-reino%E2%80%9D/>>>. Acesso em: 4 mar. 2009.

²¹ TERRA. 'A Pedra do Reino' fracassa no Ibope; Record é líder. Disponível em: <<http://exclusivo.terra.com.br/interna/0,,OI1690342-EI1118,00.html>>. Acesso em: 04 fev. 2009.

²² Quando utilizado o termo *qualidade*, ou suas variantes, no decorrer deste estudo, busca-se apresentar um adjetivo que signifique um conjunto de arrojos na produção, com um trabalho final com proposta clara e promovido dentro de um conceito definido. Não se trata de um juízo de valor voltado ao gosto pessoal.

comparada à produção anterior de Carvalho. A média dos cinco programas ficou em 15 pontos,²³ um número que não alcança nem de perto as jornadas de Maria, mas que superou *A Pedra do Reino* e, principalmente, as emissoras concorrentes no mesmo horário, mantendo-se na liderança. Na estréia teve média de 17, ficando por um ponto de diferença da Record, que transmitia *Chamas da Vida*, com 16, e sete de distância do SBT, que apresentava o segundo capítulo de *Revelação*, com 10,²⁴ um número alto para a teledramaturgia de Silvio Santos. Uma série de fatores deve ter contribuído para esse crescimento, mesmo que sutil.

Por mais que haja muitos motivos para justificar as formas como cada produção foi realizada, é fato que para fazer a adaptação de *Dom Casmurro* o diretor teve uma limitação de recursos financeiros. Houve, na produção anterior, uma disparidade entre o custo e o benefício à emissora, mesmo que o objetivo não fosse unicamente obter grande audiência. *Capitu* vem, inegavelmente, com reflexos da microssérie anterior, norteada pelos custos e necessidades.

As diferenças de audiência entre o *Projeto Quadrante* e as jornadas de Maria são compreensíveis, já que há uma diferença grande nas temáticas. O próprio período de exibição e público para o qual o *Quadrante* se foca é diferenciado, sendo mais segmentado e específico. Mesmo que a classificação indicativa de faixa etária para *Capitu* fosse para 10 anos,²⁵ na prática o produto tem uma estrutura que dificulta a compreensão até mesmo de muitos adultos. *A Pedra do Reino*, sendo indicada para maiores de 14 anos, tem sua proposta ainda mais peculiar, densa e não linear, que justificou sua distância das massas.

Hoje é dia de Maria pode ter se manifestado como norte para os trabalhos de Carvalho nestes produtos alternativos, que fogem do padrão de suas dramaturgias anteriores, como *Os Maias* e *Renascer*. Mas o contexto em que Maria transitou pelas telas é diferente do de *Capitu* e *Bentinho*, não podendo construir mero comparativo de audiência para julgar os resultados. Quando a Globo aceitou o *Projeto Quadrante*, e toda a simbologia que ele traria, não mirou meramente números: objetivou um processo integrado, dentro de um grande plano de ação.

²³ CULTUREBA, op. cit.

²⁴ FOLHA online. "**Capitu**" lidera audiência com um ponto de diferença. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u477523.shtml>>. Acesso em: 04 mar. 2009.

²⁵ Curiosamente, 40 dias após a exibição da microssérie *Capitu* o governo contestou a indicação de idade mínima apresentado pela Rede Globo, dizendo ser o programa livre a todas as idades. CULTUREBA. **Uhuuu... "Capitu" agora é livre para todas as idades!** Disponível em: <<http://cultureba.com.br/tag/capitu/>>. Acesso em: 05 mar. 2009.

Um plano²⁶

Mas a questão também não se resume só a índices de audiência. A Globo utiliza-se destas produções diferenciadas para suprir outras necessidades do mercado, dentro deste processo competitivo. Uma delas é a consolidação da própria imagem. Uma frase atribuída a uma das figuras que está no teto da casa de Bentinho, o imperador Júlio César,²⁷ pode não só auxiliar na compreensão do mistério em torno de Capitu, como também serve de alegoria para a afirmação de uma empresa no mercado: “A mulher de César não basta ser honesta. Precisa parecer honesta”.²⁸

A Globo tem consciência que não é suficiente estar isolada no posto de líder, mas necessita que seu público também a veja assim. *Não basta ser a líder. Precisa parecer líder.* Produções de altos custos e com aparência não comercial são elementos que apresentam publicamente uma imagem sadia da instituição, atuando como propaganda de estabilidade e também honestidade com o espectador. Programas como *Capitu* fazem parte do planejamento anual da emissora, como elementos desta estratégia, encaixando na grade de programação qualificadas exceções à regra, com curta duração e fins bem específicos. Promovem, assim, um conteúdo nacional provido de estética peculiar de brasilidade, transportando a competição entre as teles para um campo qualitativo, fortificando barreiras comerciais do oligopólio das mídias.

Assim, vê-se que a emissora não se credibiliza somente por seus índices de audiência, mas também pelos valores a ela agregados. *Criança Esperança*, *Cidadania* e *Novo Telecurso* são três dos programas que seguem outra lógica, que não a pautada pela busca de grandes massas de espectadores, mas que não são alheios a um projeto mercadológico global da rede. A própria audiência, valorizada e destacada nos seus principais produtos, está atrelada à confiabilidade que o público dá a Globo, fidelização construída no passar de mais de quatro décadas com seu padrão tecno-estético,²⁹ sua sutil volatilidade na grade e inúmeras formas de agregar valor a seus produtos.

Como um todo, o *Padrão Globo*, como é conhecido, acaba por determinar moldes que obrigam as produções da emissora ser mais onerosas, em média, do que as de suas concorrentes. A vantagem financeira da líder permite que esta promova as

²⁶ Título do capítulo 18, quando Capitu e Bentinho planejaram manter as aparências e livrá-lo do seminário.

²⁷ ASSIS, Machado de, op. cit., p. 16.

²⁸ WIKIPÉDIA. **Júlio César**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/J%C3%BAlio_C%C3%A9sar>. Acesso em: 13 abr. 2009.

²⁹ “Entende-se por padrão tecno-estético um modelo flexível, capaz de permitir distinções no seu interior e abrigar as diversas modalidades televisivas. BRITTOS, Valério Cruz. Televisão e barreiras: as dimensões estética e regulamentar.” In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério Cruz; (Org). **Comunicação, informação e cultura**: dinâmicas globais e estruturas de poder. Salvador: Edufba, 2004. p. 28.



melhores contratações e acabe polarizando o quadro de artistas brasileiros, mas ao mesmo tempo ela não pode abarcar a todos em seus quadros, o que abre espaço para um bom elenco e expressivo também estar presente nas emissoras concorrentes. Introduzindo com base na discussão sobre a Globo, Cesar Bolaño coloca:

Concretamente a Rede Globo de Televisão acabará privatizando boa parte da criatividade nacional, empregando trabalho cultural da melhor qualidade (e da pior também, diga-se de passagem), para chegar a especializar-se na produção de um tipo de mercadoria cultural competitiva em nível nacional e internacional. Suas concorrentes no mercado brasileiro, ao longo destes 40 anos, contentar-se-ão em geral com a exploração de um segmento de mercado ao qual serve um tipo de produção muito mais barato e tradicional.³⁰

Capitu vai ao encontro desta tendência, de um trabalho diferenciado, que não só se faz distinto dos demais programas da Globo, mas também individualiza a emissora de suas concorrentes. O interessante do núcleo de Luiz Fernando Carvalho, no seu *Projeto Quadrante*, é não só mostrar como a Globo é distinta, mas também o faz de modo inusitado. Isso se mostra no caso de utilizar, em uma produção onerosa, atores desconhecidos do grande público em papéis de destaque, a exemplo de Michel Melamed (Dom Casmurro), Leticia Persiles (*Capitu* jovem) e Pierre Baitelli (Escobar). É como se construíssem um totem que não fosse do gosto de todos, mas que quem visse dissesse: posso não gostar, não é tradicional, mas é muito bem feito e os demais não conseguirão fazer outro igual.

Se por um lado a microssérie se choca com a própria concepção de arte apontada pelo Machado de Assis do século XIX, que se inclui numa elite intelectual com costumes clássicos, por outro destaca o mesmo romance em uma realidade alternativa do século XXI, dotada de modernidades e diferenciando-o de todo um modo de fazer audiovisuais, sendo bem aceita pelos formadores de opinião da atualidade. O produto final é de tendências híbridas, pois se faz na soma de um conjunto de propostas.

Para o espectador o produto *Capitu* acabou por construir um novo diálogo entre a obra original e a estética imaginada pelo diretor aos acontecimentos. Primeiramente é importante contextualizar o produto, já que está intimamente envolvida nos três trabalhos anteriores de Luiz Fernando Carvalho. Nesta linha, inevitavelmente a produção *global* confronta um texto clássico, dotado de um imaginário temporal definido, com uma estética descolada deste meio, com a mescla de teatralidade e

³⁰ BOLAÑO, Cesar. Mercado brasileiro de televisão, 40 anos depois. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, Cesar. *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005. p. 22.



contemporaneidade. Por outro lado, acaba por gradualmente consolidar uma segmentação do padrão tecno-estético da Rede Globo de Televisão.

Observando esta realidade, pode-se dizer que a emissora promove, com este tipo de empreendimento, uma fortificação nas barreiras à entrada de concorrência, seja ela provinda de empresas nacionais, seja ela fruto de investimentos internacionais. Não se constitui como mero acaso. Este tipo de ação serve como impedimento ao acesso de novas corporações ao mercado televisivo nacional, que se vê intimidado, assim como atua no jogo de forças entre as demais companhias que constituem o setor, buscando a manutenção da posição hegemônica da líder.³¹

Gostando ou não destes novos investimentos da Globo, formatados por Carvalho, vê-se claramente dois pontos sendo objetivados: a consolidação de um novo modelo de audiovisual, que ainda se mantém como monopólio da Rede, e a utilização de elementos marcantes da identidade nacional, mesmo que reformulados, construindo uma distinção frente aos produtos do mercado externo. A emissora, que também atua fortemente como produtora, passa a promover uma ação que atua em duas frentes, já que de um lado fortifica seu primeiro lugar no mercado midiático brasileiro, não só televisivo, e de outro trabalha com a reputação e a marca *global* em âmbito internacional, enfrentando as próprias barreiras impostas pelos meios de comunicação das grandes potências econômicas mundiais.

Mesmo constituindo-se como elementos pontuais frente ao volume de produção da Rede Globo, estas produções que assumem este padrão tecno-estético incorporado por Carvalho têm tido importante atuação mercadológica no que se refere à reputação da instituição. Ela é “constituída com base na trajetória de um agente, é comparável a um atestado de recomendação, reunindo elementos como desempenho, comportamento e qualidade de produtos disponíveis, sendo, por isso, uma via de fidelização e, em decorrência, de barreiras à entrada”.³² Claro que elas fazem parte do projeto da empresa, estando conectadas a um outro conjunto de fatores, tendo seu papel dentro do planejamento mercadológico e institucional. Simultaneamente não podem ser analisadas segmentadamente, assim como não podem ser descartadas do contexto geral.

E bem, e o resto³³ (a título de finalização)

³¹ BRITTOS, Valério Cruz, op. cit., p. 21.

³² Ibid., p. 22.

³³ Título dado ao capítulo 148, último da obra Dom Casmurro. Neste o autor conclui, sintetizando: “a minha primeira amiga e o meu maior amigo, tão extremos ambos e tão queridos também, quis o destino que acabassem juntando-se e enganando-me...”. ASSIS, Machado, op. cit., p. 250.

Capitu faz parte de um contexto de trabalhos de Luiz Fernando Carvalho que simultaneamente captam obras literárias de destaque nacional e as apresentam televisivamente de maneira distinta dos padrões dramáticos tradicionais. De um lado, a produção não se diferenciou de modo extremo da prática das Indústrias Culturais de adotar elementos externos a ela e adaptá-los para o uso comercial das mídias. De outro, o processo de formatação desta teledramaturgia ganhou requintes peculiares às práticas convencionais e agregou novos valores, transpondo o próprio trabalho de Machado de Assis, promovendo um novo *Dom Casmurro*, se é possível assim o chamar.

Mesmo diferenciado, o segundo audiovisual do Projeto Quadrante manteve-se consonante com as novas facetas do *Padrão Globo de Qualidade*, não se assemelhando com as novelas, mas dialogando com tendências alternativas dos núcleos de especiais da Rede. Desta forma, *Capitu* tornou-se mais do que exemplo de publicidade do trabalho *global*: soma-se ao portfólio de produtos diferenciados da Globo, que fortificam as barreiras de ingresso da concorrência no mercado midiático brasileiro. Isso também acarretou a decorrente estabilidade da líder em seu posto hegemônico, ampliando as desigualdades de concorrência na televisão nacional.

É um audiovisual que agrega qualidade técnica e estética ao *hall* de produções *globais*, mas que continua sendo uma exceção minoritária, se comparado a toda a programação veiculada diariamente pela emissora. Além de ter curta duração, *Capitu* também é um produto não massificado e de audiência reduzida, se comprado à média do Ibope da faixa horária em que foi exibida. Mas mesmo constituindo-se como elemento que se distancia dos temas e formatos tradicionais da grade e ainda não alcançando o grande público, a microssérie tem papel importante no planejamento da Globo, principalmente no que se refere à imagem institucional da mesma.

Fazer um produto de qualidade diferenciada com base em um autor renomado como Machado de Assis, que traz consigo toda uma carga simbólica e uma aura de erudição avançada, é metaforicamente dialogar com o próprio autor e, por vezes, tentar igualar-se qualitativamente a ele. Quando se apresenta, mesmo que indiretamente, que a produção de Carvalho é fiel ao texto original, também de modo indireto o espectador vê-a como se recebesse o aval do autor, por mais que o escritor já seja falecido. O grande público, mesmo que conhecendo o audiovisual de modo superficial (como pelas propagandas, por exemplo), acaba colando a imagem positiva do literato ao do produto televisivo.

Essa aura de qualidade, emanada por casos específicos na programação, se



refletem não somente naquele produto exibido de modo excepcional, mas em todo este círculo de elementos em que ele está incluso. Em outras palavras, ao elogiar *Capitu*, produção específica, de curtíssima duração, acaba-se refletindo o louvor, indiretamente, ao restante do trabalho da emissora. Como já dito no caso de *Hoje é dia de Maria* e válido para *Capitu*: sem um expressivo reflexo destes trabalhos diferenciados no restante da produção *global*, “a microssérie constitui-se como uma ilha em meio a conteúdos com outro tom”.³⁴ Neste caminho, onde a cada ano poucos especiais qualificados, de reduzidos capítulos, são lançados, haverá um pequeno *arquipélago* em meio a um *oceano* dissonante.

Referências Bibliográficas

ASSIS, Machado. **Dom Casmurro**. Porto Alegre: Klick / Zero Hora, 1997.

BARREIRA, Daniele. Hoje é Dia de Maria pode ganhar versão em inglês. **O fuxico**. Disponível em: <<http://ofuxico.terra.com.br/materia/noticia/2005/11/22/hoje-e-dia-de-maria-pode-ganhar-versao-em-ingles-6233.htm>>. Acesso em: 04 mar. 2009.

BOLAÑO, Cesar. Mercado brasileiro de televisão, 40 anos depois. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, Cesar. **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005. p. 22.

BRITTOS, Valério Cruz. Televisão e barreiras: as dimensões estética e regulamentar.” In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério Cruz; (Org). **Comunicação, informação e cultura: dinâmicas globais e estruturas de poder**. Salvador: Edufba, 2004. p. 28.

BRITTOS, Valério Cruz; SIMÕES, Denis Gerson. Cultura popular e sua metamorfose em produto do mercado televisivo. In: DUARTE, Elizabeth; CASTRO, Maria Lília Dias de. **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 69.

CARVALHO, Luiz Fernando. Diálogo com o diretor. In: CARVALHO, Luiz Fernando (Org.). **Capitu**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2008. p. 82.

CARVALHO, Luiz Fernando. **Projeto Quadrante**. Disponível em: <<http://quadrante.globo.com/>>. Acesso em: 9 fev. 2009.

CULTUREBA. “**Capitu**” dá mais audiência que “**A Pedra do Reino**”. Disponível em: <<http://cultureba.com.br/2008/12/16/%E2%80%9Ccapitu%E2%80%9D-da-mais-audiencia-que-%E2%80%9Ca-pedra-do-reino%E2%80%9D/>>. Acesso em: 4 mar. 2009.

³⁴ BRITTOS, Valério Cruz; SIMÕES, Denis Gerson. Cultura popular e sua metamorfose em produto do mercado televisivo. In: DUARTE, Elizabeth; CASTRO, Maria Lília Dias de. **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 69.



CULTUREBA. **Uhuuu... “Capitu” agora é livre para todas as idades!** Disponível em: <<http://cultureba.com.br/tag/capitu/>>. Acesso em: 05 mar. 2009.

DOM. Direção: Moacyr Góes. Produção: Telmo Maia e Diler Trindade. Elenco: Marcos Palmeira, Maria Fernanda Cândido, Bruno Garcia, Malu Galli, Thiago Farias, Luciana Braga, Leon Góes, Walter Rosa, Nilvan Santos, Gustavo Ottoni, Ivan Gradin, Isa Shering, Cláudia Ventura, Ana Abbott. Roteiro: Moacyr Góes. Música: Ary Sperling. Rio de Janeiro: Diler & Associados / Warner Bros, 2003. 1 DVD (91 min).

FOLHA online. **“Capitu” lidera audiência com um ponto de diferença.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u477523.shtml>>. Acesso em: 04 mar. 2009.

IBOPE. **Quem somos.** Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&comp=Grupo+IBOPE&db=caldb&docid=8D60A353BFE2430783256E60006C4316>>. Acesso em: 17 mar. 2009.

MAGGIO, Sérgio. Luiz Fernando Carvalho lança sua visão estética sobre o romance Dom Casmurro. Celebridades. Divirta-se. **Correio Brasiliense.** Disponível em: <<http://divirta-se.correioweb.com.br/materias.htm?materia=5497&secao=Celebridades&data=20081209>>. Acesso em: 10 fev. 2009.

MEMÓRIA Globo. **Hoje é dia de Maria.** Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-237354,00.html>>. Acesso em 04 mar. 2009.

MENDONÇA, Martha. O sonho não acaba. **Época**, Rio de Janeiro, n. 386, 06 out. 2005. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG71886-6011,00-O+SONHO+NAO+ACABA.html>>. Acesso em: 04 mar. 2009.

RICCO, Flávio. Capitu - Crise na Globo. **Canal 1.** Disponível em: <<http://canal1.blogtv.uol.com.br/2008/12/12/capitu--crise-na-globo>>. Acesso em: 10 fev. 2009.

ROCHA, Ará. Final de Hoje é Dia de Maria marca 27 pontos de audiência. **O fuxico.** Disponível em: <<http://ofuxico.terra.com.br/materia/noticia/2005/10/17/final-de-hoje-e-dia-de-maria-marca-27-pontos-de-audiencia-3534.htm>>. Acesso em: 04 mar. 2009.

TERRA. 'A Pedra do Reino' fracassa no Ibope; Record é líder. Disponível em: <<http://exclusivo.terra.com.br/interna/0,,OI1690342-EI1118,00.html>>. Acesso em: 04 fev. 2009.

WIKIPÉDIA. **Júlio César.** Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/J%C3%BAlio_C%C3%A9sar>. Acesso em: 13 abr. 2009.