

História de mulheres: heroínas de uma narrativa melodramática

Ana Carolina Escosteguy

Doutora | PUCRS
carolad@pucrs.br

Lírian Sifuentes

Doutoranda | PUCRS
sifuentes@yahoo.com.br

Laura Hastenpflug Wottrich

Doutoranda | UFRGS
lwottrich@gmail.com

Renata Córdova da Silva

Mestre | UFSM
rr_cordova@yahoo.com.br

Resumo

O texto reflete sobre a presença da mídia em relatos biográficos de mulheres das classes populares. A análise das entrevistas realizadas com seis mulheres revela que elas posicionam-se como heroínas de suas narrativas, sendo estas marcadas por traços melodramáticos e um ethos heroico. A presença desses mesmos elementos em diferentes produtos midiáticos sinaliza que o recurso à personalização e ao melodramático constitui atualmente uma chave de leitura da cultura da mídia.

Palavras-chave

Mulheres, heroínas, melodrama

1 Introdução

Hoje, encontramos histórias pessoais de sujeitos comuns e, especificamente, de mulheres anônimas, espalhadas em distintas mídias e apresentadas mediante distintas estratégias narrativas – diários, autobiografias, memórias, histórias de vida, depoimentos testemunhais, compondo documentários, material jornalístico ou até mesmo reality shows. Esse tipo de texto midiático é percebido em profusão na mídia brasileira.

Uma ilustração de tal material pode ser identificada na mídia impressa com a reportagem, publicada em Zero Hora (10/05/2008), jornal diário de circulação regional (Rio Grande do Sul – Brasil), composta fundamentalmente por cinco histórias de vida de mulheres destituídas. Um dos casos está baseado na história de Claudina, 64 anos, doméstica, três casamentos, que se orgulha de ter criado seis filhos sozinha, reconhecendo, ao final, que “passar o que passei e estar aqui, não é para qualquer uma” (ZH, 10/05/2008, p. 3).

Os pés descalços de Claudina

Claudina relembra infância e adolescência com detalhes, com minúcias de datas, cheiros e cores, mesmo que doa. Quando é interrompida, avisa que responde tudo que conta o que tiver que contar.

— Minha vida é transparente, não tenho nada a esconder. Deus nos deu uma memória pra gente não esquecer as coisas.

A doméstica Claudina Dias da Silva tem 64 anos. Mora em casa própria, de alvenaria, no alto de um barranco no Morro Santa Teresa, em Porto Alegre. Divide a casa com a filha Célia, 33 anos, e os netos Vitória, cinco anos, e Gabriel, dois anos. Além de Célia, teve mais seis filhos. Nasceu na Serra do Erval, interior de São Jerônimo.

Os pais, os agricultores Vitalino Ferreira e Júlia Dias, tiveram 10 filhos. Claudina tinha dois anos e meio quando foi dada pela mãe aos tios Cecécio e América, no Cerro do Raposo, em Arroio dos Ratos. Criou-se ali, ajudando na roça, mas sempre espionando ao longe. Sonhava com o que havia além das couleiras.

Quando tinha 15 anos, um irmão, Belmiro,

apareceu dizendo que sua incumbência era levá-la de volta para casa. Claudina saiu de manhã, de pés descalços. Andou por estradas e atalhou campos com uma troucinha de roupas. Lembra bem: chegou à casa dos pais às 2h da madrugada. O pai não estava. A mãe acendeu os coqueiros e cozeu macedo com farinha de milho, feijão e canjica. Comeram no chão batido da cozinha de barro com cobertura de capim. Santa Fé e foram dormir, ela, a mãe e mais dois irmãos. Os outros tinham sido distribuídos entre os parentes.

Em poucos dias, antes que a sola dos pés passasse de azed, Claudina se deu conta de que a mãe estava distante.

— Ela não tinha amor por mim como filha. Mas foi ficando. Ela lembra que a mãe é quem cuidava da plantação de milho, mandioca, feijão e que o pai fazia laços de couro para vender. O pai saía de casa, sumia, voltava. Até que um dia apareceu um homem maduro, de uns 50 anos, um vizinho que se interessou pela moça. Com 16 anos, Claudina enfrentou o pai e saiu de casa com o pretendente, o peão Afonso Ferreira, que fazia talpas de lavouras de arroz e tinha campos na Serra do Erval.

— Eu pensei no meu futuro, ler uma casa, filhos e um marido que me amasse. Pensava

de vai me tratar como uma princesa. Eu queria ser feliz.

Em um mês, passou a ser maltratada, espancada. Foi registrada pelo pai, oito meses depois. Saiu de novo de casa e foi trabalhar de doméstica em São Jerônimo. Com 18 anos, estava em Porto Alegre. Trabalhava e dormia nas casas. Ficou anos assim, como agregada dos patrões. Casou duas vezes. Morou na Vila Cruzeiro do Sul e há cinco anos se mudou para o Morro Santa Teresa, onde comprou a casa no alto do morro. Nunca mais viu o pai. Há uns 10 anos, trouxe a mãe para passar uns dias em Porto Alegre. Apaguraram-se. Em 2006, ficou sabendo que Júlia havia morrido.

Claudina recebe uma pensão do último marido, já falecido, e continua trabalhando. Os filhos, José Ricardo, Regina, Maria Elisa, Rejane, Sérgio e Sandra, se espalharam. Célia, que mora com ela, cuida de um brechó instalado na garagem da casa. Claudina está sozinha, sem homem por perto, há 11 anos. Quando fala da morte do último companheiro, consumindo pela bebida, diz:

— Ele caiu com os negativos da vida.

Orgulha-se de ter encaminhado os filhos e de continuar ajudando os filhos dos outros. Claudina é uma das fundadoras do programa de educação infantil, implantado em 1999 na creche da ONG Escola da Vida, da Vila Cruzeiro, que acolhe 81 crianças. Foi da quem assumiu, com a criadora da ONG, a educadora Denise Macelli da Silva, a tarefa de cozinhar para as crianças. São filhos de moradores de rua, de presidiários, de gente pobre da redondeza

A ONG tem sede própria e é mantida por contribuições de empresas e pessoas. As crianças passam o dia na Escola da Vida.

Claudina aproximou-se de Denise nos cultos da Igreja Universal. Denise foi a primeira alfabetizadora de rua do Brasil. Iniciava a ler e escrever nas calçadas de Porto Alegre. Na igreja, reunia grupos de adultos. Queriam se alfabetizar para ler a Bíblia. Claudina candidatou-se. Ficaram amigas e, sem muitos recursos, abriram a creche para crianças de até cinco anos.

No ano passado, Claudina afastou-se da ONG para uma nova tarefa: cuidar dos três filhos adotivos de Denise. Quando relembra a caminhada de pés descalços até a casa dos pais, do príncipe que virou fera e da aventura de vir para Porto Alegre, diz que nada mais a atormenta:

— Eu sou muito amorosa.

As primeiras crianças acolhidas na creche por Denise e Claudina são hoje adolescentes. Claudina, que tentou aprender a ler com sete anos, há na Serra do Erval, mas ficou apenas dois meses na aula, achou que poderia tentar de novo, quando encontrou Denise. Tentou, tentou e desistiu. Às vezes, desenha o nome Mais do que isso, nem escreve.

— Ou faltava letra ou tinha letra demais.

Na porta da casa, está colado pelo lado de dentro um impresso com o Salmo 91. Claudina não lê, mas sabe o que está escrito ali. Mais não precisa:

— Passar o que eu passei e estar aqui não é para qualquer uma. Me lourou de ser mulher e de ser mãe.

COM 16 ANOS, CLAUDINA ENFRENTOU O PAI E SAIU DE CASA COM O PEÃO AFONSO FERREIRA:

“Eu pensava no meu futuro. Ter uma casa, filhos e um marido que me amasse. Eu queria ser feliz.”



Claudina viveu no campo até os 16 anos, mudou-se para Porto Alegre, teve seis filhos e ajudou a fundar uma creche que acolhe crianças pobres na Vila Cruzeiro.

Figura 1: ZH, 10/05/2008, p. 3.

Obviamente que, no jornalismo, esse tipo de relato centrado em “histórias humanas” de homens e mulheres simples não é novo. A título de ilustração, Hoggart (1973, p. 44), em sua análise sobre a relação entre novas formas de imprensa massiva, que aparecem na década de 1950, e a alteração de atitudes e valores dos leitores das classes trabalhadoras, a

quem aquelas publicações endereçavam-se, destacava a estratégia de “personalização” da imprensa popular. Esta foi atribuída, entre outros motivos, à predileção desse público pelo “elemento concreto, pelo que é emocionante e facilmente compreensível, pelo elemento local e pessoal”. Embora tal técnica, em si mesma, não deva ser julgada negativamente; segundo Hoggart (1973, p. 45), os leitores ficavam expostos a uma dieta constante de relatos “humanos”, dramas pessoais, apresentados em linguagem simples, em que não é preciso fazer esforço para compreender e seguir a estrutura do relato, sendo emocional e intelectualmente rudimentares.



Globo News

Mais da metade da população está na classe C

Confira o primeiro programa sobre a nova classe média brasileira.



A nova classe média brasileira é grande e forte. São 27 milhões de brasileiros que conseguiram melhorar de vida nesses últimos anos e que agora totalizam os 93 milhões que compõem a classe C. No primeiro de três programas da série sobre a classe média brasileira, conheça a história de uma paraibana que trabalhou muito para educar a filha e vencer na vida.

Clique abaixo, veja os outros programas da série e faça o teste para saber que tipo de consumidor você é.

Figura 2: Globo News, veiculado no dia 19/9/2011.

No caso específico de Brasileiros, temos um programa jornalístico centrado em histórias de vida que são escolhidas para constituírem o tema central de cada episódio. Trata-se de um programa que “mostra histórias de pessoas comuns que estão fazendo uma grande diferença, que dedicam tempo e usam novas ideias para transformar a realidade”, como informa o próprio site (<http://brasileiros.globo.com/platb/programa/>, acessado dia 20/8/2011). Todas as histórias revelam um engajamento em algum trabalho social,

destacando-se que as pessoas foram escolhidas porque lutaram para superar preconceitos; abraçaram uma cultura da iniciativa; não esmoreceram diante de dificuldades e, conseqüentemente, não se resignaram a uma vida ordinária. Ao contrário, reagiram com empenho, energia e criatividade diante da realidade. Se, por um lado, ressalta-se que são histórias de pessoas “comuns”; por outro, essa mesma ideia é desestabilizada, pois suas experiências são únicas e singulares.

Os dois exemplos dados de narrativas midiáticas evidenciam modos e práticas de vida de mulheres das classes desprivilegiadas, com distintas histórias de sucessos. O que esses relatos têm em comum é, de um lado, a característica da “personalização”, usada recorrentemente em diferentes textos midiáticos como meio de individualizar os relatos postos em circulação, produzir dramatização, bem como apresentar as experiências individuais, em termos emocionais, como chave direta para o entendimento da totalidade social (SPARKS, 1992). De outro, o fato de que “contam uma história”, ou seja, revelam-se como narrativas que dão a conhecer ou acessam o mundo, independente de pertencerem ao jornalismo de referência ou popular, de serem veiculados na TV ou nos meios impressos, e de serem classificados como entretenimento ou informação (DAHLGREN, 1992). Além disso, todos eles são textos comprometidos com a veracidade dos fatos, revelando-se como histórias de vida exemplares.

No entanto, também, no âmbito televisivo ficcional, as mulheres de classes desprivilegiadas têm sido alvo de atenção, compondo um tema central da dramaturgia televisiva brasileira. Entre as mais destacadas, pode-se apontar a série 'Antonia', exibida pela Rede Globo, em 2006 e 2007, focada na vida de mulheres negras e pobres, moradoras de uma favela, localizada em São Paulo (Brasil). A trama está centrada no cotidiano de quatro amigas que formam um grupo musical de 'rap' e enfrentam uma série de dificuldades decorrentes de sua posição de gênero, raça e classe social. Ainda em 2006, estreou 'Vidas Opostas' na Rede Record. Primeira telenovela a ter como cenário central a favela, 'Vidas Opostas' foi protagonizada por uma jovem pobre, moradora da periferia do Rio de Janeiro.

Em 2007, a Rede Globo também levou ao ar o cotidiano dos moradores de uma favela na trama de 'Duas Caras'. A favela da Portelinha foi o principal cenário da trama e interagiu com todos os núcleos da novela. A telenovela deu destaque ao trabalho de personagens como 'Alzira' (Flávia Alessandra), enfermeira e dançarina em uma casa

noturna, e 'Sabrina' (Cris Vianna), empregada doméstica. A protagonista da trama, 'Maria Paula' (Marjorie Estiano), apesar de sua origem abastada, trabalhava como funcionária de um supermercado. No horário das 19 horas, a telenovela 'Cheias de Charme', produzida pela Rede Globo e veiculada em 2012, teve como núcleo central a vida de três empregadas domésticas que tentam mudar o rumo de suas vidas, seja mediante a sorte, seja por talento. No horário nobre, a Rede Globo também já deu destaque às mulheres da periferia que almejam vencer na vida. Em 'Avenida Brasil', 'Monalisa' (Heloisa Périssé), cabeleireira do subúrbio, apesar de ter conseguido acumular dinheiro e fama para seu salão na periferia, não consegue ter o mesmo prestígio na zona sul carioca.

A representação de mulheres das classes populares, tanto pela via do jornalismo quanto pela da teledramaturgia, recorre a elementos melodramáticos e valoriza um 'ethos' heroico de constituição do caráter e condução da vida cotidiana. Dado que esses aspectos extrapolam os textos propriamente melodramáticos, isso pode estar sinalizando que, atualmente, o recurso à personalização, ao emocional e aos valores heroicos constitui chave de leitura predominante na cultura da mídia para o entendimento das transformações sociais vigentes.

Nesse cenário, este texto tem como objetivo destacar algumas observações preliminares, as quais indicam que o modo como as mulheres entrevistadas contam suas vidas possui elementos característicos das narrativas midiáticas recém-mencionadas, sejam as que estão fundadas em testemunhos e depoimentos pessoais, veiculadas, sobretudo, em materiais jornalísticos, sejam as outras que ficcionalizam a vida de mulheres das classes populares, postas em circulação na teledramaturgia brasileira. Em qualquer um dos casos, são histórias de superação, sacrifício e dedicação a uma causa, mesmo que pessoal.

De um ponto de vista mais geral, consideramos que as histórias de mulheres, obtidas mediante pesquisa empírica, podem revelar como os entrecruzamentos entre indivíduos e mídia são indicativos de processos culturais maiores e mais abrangentes, de longo alcance e multidirecionais, bem como capturar a presença fluída e penetrante da mídia na construção de subjetividades. Por esse motivo, as histórias de vida coletadas são entendidas como narrativas identitárias, sinalizando que dizem respeito à construção e à produção de um determinado modo de ser, neste caso, atravessadas por valores vigentes na cultura da

mídia¹. Entre tais valores, destacamos a presença de características da narrativa melodramática, bem como a de um 'ethos' heroico. É esse último aspecto o foco do presente texto.

2 Para pensar as identidades

Para pensar as identidades na contemporaneidade, tomamos como ponto de partida um contexto de erosão de identidades culturais, entendidas, até certo momento, como entidades estáveis, coesas e unificadas. Outra baliza prioriza uma compreensão mais limitada e recortada por modos específicos de construção identitária, localizados em determinadas atividades sociais – em especial relacionadas à mídia, num meio social particular. Pensá-la em termos mais instrumentais e práticos é descrever e analisar processos específicos de formação identitária que, no nosso caso, diz respeito à formação identitária de mulheres das classes populares que, como pretendemos aqui reivindicar, está atravessada pela cultura da mídia.

Do ponto de vista da problemática das identidades, a discussão é tensionada por distintas formas de pensá-las. Uma destas vê a identidade como cultura partilhada, relacionada à ideia de um povo ou um grupo 'uno'. Reflete uma experiência histórica em comum e fornece quadros de referência estáveis e imutáveis que recuperam um passado cristalizado. Essa visão torna a identidade fato consumado. Para Hall, essa concepção foi importante num determinado período porque tentava congrega, reunir e trazer à tona experiências que foram reprimidas ou ocultas. Só que essa concepção pressupõe uma coerência e unificação que se dissolvem na contemporaneidade. A outra versão, embora relacionada com a primeira, ao falar do que nos une; logo após, depara-se com rupturas e descontinuidades. Tem história, mas esta não é uma verdade imutável. Ao contrário, sofre transformação. Implica numa ideia de passado construído pela memória, fantasia, narrativa e mito, embora tenha efeitos reais. Também implica numa ideia de futuro. No entanto, não há possibilidade de um retorno final e absoluto a esse passado.

Contudo, tomar a questão da identidade como tópico central não equivale a centralizar a visão, nem nas possibilidades de resistência nem nos modos de contestação, ou

¹ Esse ponto de vista é tratado no artigo "Narrativas identitárias de mulheres: considerações teóricas e metodológicas", apresentado no GT de Teorias e Metodologias da Pesquisa em Comunicação, no IX Congresso Latino-americano de Investigadores da Comunicação – ALAIC, Montevidéu, maio/2012.

seja, na agência do sujeito. É tanto um desafio a uma visão liberadora quanto a uma posição conformista. A identidade, como uma posição em construção que não se cristaliza no tempo e no espaço, sugere apenas uma possibilidade de contestação do poder ou “a emergência de novas posições e de novas identidades” (WOODWARD, 2000, p. 19).

Partindo desse enquadramento teórico, exploramos uma estratégia metodológica composta por entrevistas biográficas (BEAUD; WEBER, 2007). O resultado obtido mediante essa técnica é o que estamos denominando de narrativas identitárias. Estas são configuradas pelo modo como o indivíduo confere sentido às suas experiências, numa interação concreta e específica, na qual é instigado a “contar sua vida”. Assim, colhemos histórias de vida de um determinado grupo social, composto por mulheres trabalhadoras em serviços de embelezamento.

Consideramos que as narrativas identitárias podem revelar que os entrecruzamentos entre indivíduos e mídia são indicativos de processos culturais maiores e mais abrangentes, bem como capturar a presença fluída e penetrante da mídia na construção de subjetividades. Isso porque tais relatos não apenas reportam ou descrevem experiências individuais, mas conformam os modos de ser. Por sua vez, esses últimos são constituídos pelo atravessamento de convenções culturais, sobretudo, presentes na mídia e utilizadas nas narrações.

3 Melodrama: um modo de contar histórias

Gênero que remete à expressão popular, o melodrama surgiu em um contexto de instabilidade na sociedade europeia.

Com a Revolução Francesa, a sociedade feudal cristã (baseada na Igreja, na Monarquia e na Cristandade) tem seus valores morais revistos e transformados em função de uma nova ordem, de caráter burguês. Com as mudanças sociais, certas formas literárias, como a tragédia e a comédia de costumes, foram sendo substituídas por outras (como o melodrama) (MEIRELLES, 2009, p. 20).

Diante desse contexto social, a narrativa melodramática firma-se sustentada na defesa da virtude. Sua consolidação deu-se no século XIX com o folhetim, ficção seriada publicada em jornais com o objetivo de fidelizar os leitores, já que os romances eram publicados em partes, sempre com um gancho para o próximo capítulo. Essa forma de literatura chegou ao Brasil quase ao mesmo tempo em que se expandira na Europa. O Jornal

do Comércio (RJ) publicou o primeiro romance-folhetim, 'Capitão Paulo', de Alexandre Dumas, em 1838.

Quanto à temática, é possível observar que o melodrama está centrado na reparação da injustiça e na busca da realização amorosa. Algumas das características da narrativa melodramática remetem à tendência a postular uma moral oculta, ao maniqueísmo, à extrapolação do real e do imaginário, ao suspense nas representações, e à compaixão que decorre de um processo de identificação com os espectadores. Aliás, essa última característica diz respeito a uma das bases do melodrama relacionada à preocupação com a reação do público. A narrativa melodramática é construída levando em consideração o que a sua estrutura deve produzir no espectador. Com isso, são valorizadas as reviravoltas na história, o efeito "surpresa" e uma conexão emocional com a plateia. Essas estratégias têm o objetivo de satisfazer os anseios do público.

Na sua essência, a matriz melodramática é maleável, sendo capaz de diversas adaptações, incorporando aspectos de outros gêneros e reinventando-se com o surgimento de variadas formas de entretenimento popular. Isso permitiu que o melodrama atravessasse o século XX, mesmo com todas as mudanças sociais e culturais que eclodiram, pois os padrões morais da matriz melodramática foram incorporando ao longo do tempo os valores da sociedade de consumo.

Martín-Barbero (1987), ao relacionar o melodrama com a vida cotidiana, destaca que, sendo o melodrama um terreno de constituição de identidades, sua importância na América Latina dá-se em função da identificação que as classes populares mantêm com a narrativa melodramática. O cotidiano difícil, economicamente desvalorizado e politicamente desconhecido, é reconhecido e está presente no melodrama.

Isso pode ser evidenciado na popularidade que as telenovelas, formato televisivo que possui na sua origem a matriz melodramática, têm na América Latina. Em especial no Brasil, as telenovelas desde a década de 1960 vêm mesclando outros gêneros com o melodrama, o que reinventa e atualiza o próprio gênero, permitindo uma maior identificação com o público. Contudo, não é apenas a telenovela que se apropriou de elementos do melodrama para contar histórias. Podemos notar que a narrativa jornalística adota algumas características do gênero, como o modo maniqueísta de retratar alguns fatos. Um exemplo é o estudo realizado por Souza Junior (2006), em que aponta contiguidades entre uma reportagem televisiva veiculada pelo Jornal Nacional (Rede Globo) e a telenovela

Senhora do Destino (Rede Globo, 2004/2005), em especial a existência de características melodramáticas nestes. Além disso, é fundamentalmente nessas mesmas características que se calca, sobretudo, a prática do jornalismo popular.

4 Heróis de todos os dias

A crescente tematização da vida cotidiana e os dramas pessoais na mídia tornam o heroísmo um tema controverso e, ao mesmo tempo, produtivo para pensar o atravessamento entre narrativas midiáticas, em especial as fundadas em relatos biográficos, e o meio social. Em obras de referência sobre o tema, o herói é apresentado como o que abandona o mundo comum para a realização de feitos extraordinários, divinos e lendários – por exemplo, Campbell (1989). O afastamento da vida cotidiana é uma prerrogativa do herói, que abdica do conforto familiar para, com coragem, lutar e alcançar realizações impossíveis, buscar a virtude, a fama e a glória (FEATHERSTONE, 1992).

Os heróis de hoje, contudo, distanciam-se dessa imagem. O século XX presenciou a consolidação de um ‘ethos’ anti-heroico, permeado por movimentos artísticos (surrealismo, dadaísmo) e políticos (feminismo), que respectivamente embaçaram os limites entre vida e arte e rejeitaram uma perspectiva masculinizada do herói tradicional, baseada em virtudes essencialmente masculinas, como sacrifício, disciplina, autodomínio, abnegação e comprometimento com determinada causa (FEATHERSTONE, 1992). Assim, a vida heroica tradicional perde espaço em oposição à valorização da vida cotidiana:

A vida diária é o domínio da existência comum, do senso comum, de hábitos regulares e ao mesmo tempo (cada vez mais) do horizonte interno da busca por bem-estar e realizações pessoais; a vida heroica é, ao contrário, o reino das experiências únicas, das ações que são fora do comum, nas quais grandes virtudes individuais sensíveis ao encanto da transcendência são colocadas a serviço de objetivos que visam o bem comum. Além disso, o heroísmo requer coragem, implica sofrimento, expõe a perigos e exige o teste supremo de encarar e superar o medo da morte; enquanto a vida diária adota desejos por uma existência feliz, guiada pelos prazeres de práticas lúdicas e consumistas, recompensada pelas satisfações de relações amorosas e atividades sociais e, acima de tudo, o mais protegida possível dos acontecimentos perigosos que lembram os seres humanos de sua intolerável condição de mortalidade (BUONANNO, 2011, p. 69).

Consideramos que essa oposição atual da vida heroica em relação à vida ordinária é atravessada pela lógica midiática. Segundo Strate apud Buonanno (2011), é possível estabelecer certa correlação entre as tipologias heroicas e as eras da comunicação. Na tradição oral, emerge a imagem do herói aguerrido, cuja coragem e força eram

extraordinárias o suficiente para serem repassadas pela fala às demais gerações. Na cultura do letramento, intelectuais, artistas, inventores e descobridores assumem o posto de heróis por suas façanhas memoráveis, compreendidas não apenas no sentido de esforço físico, mas também intelectual.

Em um contexto de midiaticização (FAUSTO NETO, 2008), emergem outras concepções e práticas heroicas, que caminham na construção de novas tipologias (FEATHERSTONE, 1992). Uma das faces desse movimento é a emergência das celebridades. Seu heroísmo não está na virtude do caráter, sinceridade ou consciência moral, mas na assunção de uma personalidade dramática, "(...) com a habilidade de apresentar um eu colorido, manter a atração, a fascinação e o mistério" (FEATHERSTONE, 1992, p. 177). A celebridade adquire status heroico muitas vezes não por suas habilidades extraordinárias, mas, sim, por sua capacidade de fazer-se notar por algum feito que seja socialmente admirável (PENA, 2002).

No jornalismo¹, é possível encontrar alguns exemplos de construção dessa imagem heroica. Uma ilustração é a entrevista publicada no jornal Zero Hora (05/08/12) com um gaúcho que adquiriu notoriedade ao impedir um assalto na China, país de sua residência. Com o título "Celebridade instantânea", a notícia é anunciada: "Gaúcho vira herói ao impedir assalto na China". A condição de celebridade e a de herói mesclam-se na caracterização do fato.

Percebe-se, assim, que as virtudes heroicas aparecem agora conjugadas à vida cotidiana, originando os "heróis de todos os dias" (BUONANNO, 2011, p. 70), pessoas comuns em contextos comuns, que organizam a vida em torno da ética, da valorização da disciplina, da dedicação e do sacrifício a uma causa ou missão, como também "[...] a capacidade de enfrentar árduas provas (embora não necessariamente fatais) incluindo a desaprovação e hostilidade de uma cultura anti-heroica predominante" (BUONANNO, 2011, p. 69-70).

A exposição do heroísmo cotidiano pela mídia torna-se fascinante para o público, que não pode auxiliar na tarefa do herói, mas se pergunta: 'Como iríamos responder ao teste?' (FEATHERSTONE, 1992, p. 167). Os heróis tornam-se modelos de identificação por seus feitos e, no caso das celebridades, por suas representações de determinadas formas de vida.

É nesse sentido que notamos que, ao serem instigadas a "contar sua história", as mulheres entrevistadas posicionaram-se como heroínas nos seus respectivos cotidianos, pois relataram ter sobrevivido a inúmeros percalços, vendo-se como exemplo de esforço e

superação. Assim, tais narrativas revelam tanto seu potencial dramático, centrado no 'ethos' heroico, o que as unifica; quanto sua particularização, na medida em que dão vazão a trajetórias individuais e únicas. Esse movimento aponta para o entrecruzamento entre as histórias pessoais e as narrativas que circulam na mídia.

5 Das narrativas identitárias

A pesquisa de campo relatada aqui consistiu em solicitar às entrevistadas que contassem as suas vidas. Essa forma de condução permitiu esquivar-nos de uma indagação direta sobre o que de fato é nossa preocupação na presente investigação: a presença da mídia nos relatos biográficos e, mais genericamente, nos modos de ser.

Para a escolha das mulheres entrevistadas, usamos como critério que essas ocupassem postos que não exigissem uma qualificação formal. Isso porque tais atividades são pouco valorizadas na sociedade, da mesma forma que não exigem habilidades e conhecimentos formais que dependam de formação específica. Optamos por constituir um grupo homogêneo de entrevistadas, restringindo a área de atuação ao setor de serviços de embelezamento. Assim, todas têm como profissão alguma atividade manual, independentemente da renda obtida. Vale salientar que, embora elas possam ter alguma formação, esta não é um pré-requisito para o desempenho de sua função¹. Dentro desses parâmetros, seis mulheres foram entrevistadas. Todas contaram suas histórias, assumindo cada uma seu próprio ponto de partida, embora todas tenham ressaltado sua própria atuação como desencadeadora de sua respectiva trajetória.

A cabeleireira Luciana, proprietária de seu salão, teve como ponto de partida de sua história de vida sua trajetória profissional, isto é, contou desde o início de sua atuação no comércio até a conquista do seu próprio negócio. Augusta, também proprietária de seu salão, atuando como cabeleireira, massagista e depiladora, destacou sempre aspectos positivos de sua trajetória, ressaltando a importância da família e do trabalho em sua vida. A entrevistada Denise, que atua como depiladora, iniciou sua história contando sobre sua insatisfação com o local onde nascera, no interior do estado do Rio Grande do Sul (Brasil), o que apareceu como força motivadora das mudanças realizadas na sua vida. Marisa, cabeleireira, iniciou sua narrativa falando de sua família de origem (pais e irmãos) e de sua trajetória educacional. Vani, manicure, iniciou sua narração pela infância, mais especificamente pelo momento em que foi "dada" pelos pais para os seus avós. Por fim, a

manicure Glaura iniciou sua história de vida com o nascimento precoce do primeiro filho, o que a levou a uma trajetória de independência.

Das seis entrevistadas, quatro iniciaram suas narrativas no passado; duas, no presente, Marisa e Augusta, sendo que ambas destacaram a satisfação com suas vidas. No passado, mencionado pelas entrevistadas, não estão, necessariamente, referências envolvendo sua origem (onde nasceram, pais e irmãos), mas, sim, fatos marcantes. Por exemplo, Glaura inicia pelo nascimento precoce do primeiro filho; Luciana refere-se ao passado profissional como trabalhadora no comércio; Denise destaca sua insatisfação com a origem no interior do estado do Rio Grande do Sul. Portanto, apesar de alguns desses relatos ocuparem-se com o momento atual, mostram-se mais como narrativas em retrospectiva.

Eu sou de Encruzilhada do Sul, interior. Mas, nunca gostei do interior. Desde que comecei a caminhar já sabia que a minha vida no interior não era, que eu não gostava. Daí tive o Paulinho com 16 anos e vim trabalhar em POA. (Denise)

Nas narrativas coletadas, observamos que todas têm um forte apelo sentimental, sobretudo, relacionado com a vida amorosa, na qual nenhuma circunstância de caráter social ou econômica é lembrada como impedimento para a realização de sonhos. Percebemos que em três histórias predomina o universo que envolve os filhos. Duas ainda salientam questões afetivas, envolvendo a “relação com o ex-marido” e a “separação”.

Eu era casada. Eu fui casada 21 anos, deu muito certo, durou demais. Teve noivas que eu arrumei que da próxima vez que veio ao salão já tinha se separado. [...] Olha, o meu marido, o meu ex-marido continua sendo um pai pra mim, sempre digo. (Augusta)

Eu casei quando eu tinha 15 anos, tive meu filho quando eu tinha 15 anos, o primeiro, tem 16 anos hoje, tenho outro menino de 11 anos, sou casada, quer dizer, casei, me separei há três anos atrás. Há um ano e meio voltei... (risos) Voltamos a ficar junto de novo depois de uma separação até legal. Fiz faculdade, me formei agora há dois meses. No momento em que eu me separei daí fui trabalhar porque ele não queria que eu trabalhasse antes. (Glaura)

Cinco entrevistadas, no entanto, também ressaltam o papel do trabalho em suas vidas. O destaque que o trabalho adquire pode-se supor que esteja ligado ao que trouxe à vida

destas: por meio deste, obtiveram ascensão social, ingressaram em um novo patamar de consumo e alcançaram uma espécie de autorização à liberdade.

Bom, tudo começou quando... eu trabalhei, de três a quatro anos no comércio, tá. Só que no comércio, assim, tu trabalha, trabalha e o teu trabalho não é reconhecido. [...] E agora? O que que eu vou fazer? Vou fazer um curso de cabeleireira! Que eu passei a vida inteira vendo a minha mãe, fazendo isso daí... cortando o cabelo, fazendo manicure e pedicure. Eu vou fazer curso de cabeleireiro! Daí fiz! Me formei... fui no centro, fiz um curso de três meses... aí abri um salãozinho, lá, lá nos cafundó do Judas. (Luciana)

Primeiro eu fiz de cabelo, depois eu fiz de cabelo e manicure. Depois eu fiz de depilação. No Senac. Esse tipo de meio, que a gente trabalho no salão, tinha que saber de tudo, né. [...] Em 80, eu fiz o curso de, de massoterapeuta no Senac também. É... faz muito tempo. Eu fiz o meu primeiro curso de cabelo em 77. Faz tempo, mas, a gente tá sempre fazendo né... (Augusta)

Ao contar suas histórias, elas falam, fundamentalmente, na primeira pessoa do singular. As narradoras colocam-se sempre no centro de suas histórias. E, mesmo os reveses – maternidade precoce (Denise e Glaura), doenças (Vani), separação (Augusta, Marisa e Vani), excesso de mudanças de cidades em função dos companheiros (Denise e Glaura) ou a morte de um familiar (Glaura e Marisa) – aparecem como rupturas motivadoras para que elas sigam adiante. Elas não mostram comiseração diante de tais percalços; ao contrário, fazem questão de destacar sua motivação para seguir adiante após os obstáculos e infortúnios. Assim, essas narrativas revelam-se como histórias de superação e, invariavelmente, têm um desfecho positivo e um efeito edificante. Ficou evidente que, ao contarem suas histórias, as mulheres destacaram seu protagonismo diante dos reveses da vida, apresentando-se como heroínas de seu enredo.

Meu resumo é isso. Eu acho, assim, têm pessoas que não têm a felicidade que eu tive né? Pô, eu tenho quatro filhos lindos, maravilhosos! Perfeitos! Perfeitos e lindos! Inteligentes! Eu não tenho nada que reclamar. E eu gosto do meu trabalho. Eu queria ter feito uma faculdade. Mas agora... meu sonho era fazer direito... mas agora não dá mais tempo... (Augusta)

A capacidade de enfrentar árduas provas por meio da dedicação, da disciplina e do sacrifício indica traços de um 'ethos' heroico. Luciana relata uma dessas provas – a necessidade de criar sua filha sozinha – e a atitude tomada: "lutar, guerrear e vencer". Marisa ressalta a dedicação e sacrifício como valores centrais:

Aquela menina frágil, com medo de tudo, não existe mais. Que a vida faz, né... primeiro separa... o pânico, né, de ficar sozinha. Criar tua filha. Aí tu te dá conta que tu tem que tomar conta daquilo, que depende de ti, tu tem que ter uma atitude. Tu é mãe agora! Não é só mais filha agora. Aí tu tem que lutar e guerrear e vencer e... tu não pode ficar esperando: ai, e agora? O que vai acontecer? Tem que fazer as coisas acontecerem, né. (Luciana)

[...] Mas eu digo que, eu sempre dei de exemplo pros meus filhos assim né, que a gente não pode desistir das coisas né. Que a gente tem que batalhar e seguir em frente e... sabe... não desistir. Porque os obstáculos aparecem né. Às vezes tu desanima, diz não vou mais, não vou querer mais... Não! A gente tem que... se tu tem um objetivo na vida, tu tem que seguir em frente. (Marisa)

A superação dos reveses dá-se por meio de valores heroicos – abnegação, sacrifício, dedicação – vivenciados no cotidiano, a partir dos quais as entrevistadas parecem sentir-se valorizadas. A título de mais um exemplo, Glaura comenta que prefere trabalhar a ficar em casa, pois deseja que seus filhos a vejam como alguém que “tá trabalhando, tá lutando”, o que geraria maior respeito e admiração por ela, o que, por sua vez, gera sua realização pessoal.

6 Observações finais

Entendemos que as representações que circulam pela mídia colaboram no processo de constituição dos sujeitos e produzem identidades particulares. Se, até um determinado momento histórico, distintas expressões e atores sociais – tais como a literatura, a intelectualidade, o Estado, a Igreja, entre outros – constituíram-se como matrizes fundamentais no processo de construção identitária, atualmente, diante de um acelerado desenvolvimento tecnológico que obrigatoriamente situa-nos em tempos de comunicação mediada tecnologicamente, a cultura da mídia ocupa um lugar de proeminência na constituição de nossos modos de ser. Segundo Kellner (2001, p. 54), a cultura da mídia “é a forma dominante e o lugar da cultura nas sociedades contemporâneas”, tendo suplantado modos anteriores de cultura como o livro ou a palavra falada. Ou seja, refletir sobre as identidades hoje, no contexto recém-mencionado, significa engajar-se “com as variadas formas pelas quais somos constituídos através do consumo da mídia” (ANG, 1996, p. 52).

Até o momento, conseguimos identificar nas histórias coletadas com as entrevistas traços da narrativa melodramática e de uma trajetória marcada por um 'ethos' heroico, embora calcado na vida cotidiana. Algumas pistas apontam que características do melodrama e do universo do herói são ressignificadas pelas entrevistadas para engrandecer aspectos positivos de suas trajetórias e neutralizar os negativos.

As histórias de vida das mulheres entrevistadas para esta pesquisa são relatos exemplares que visibilizam as heroínas de hoje: mulheres capazes de superar os distintos desafios da vida em nome, sobretudo, do amor e da dedicação aos filhos e à família, o que as coloca em uma posição de heroínas de suas próprias narrativas.

No caso de nossa pesquisa, são mulheres imersas no dia a dia que se mostram corajosas e batalhadoras para alcançar realizações, sobretudo, pessoais. Portanto, não estão distantes das histórias postas em circulação pela mídia. Ademais, os relatos coletados mascaram conflitos de classe, gênero, geração, que, em um primeiro momento, tendem a ser omitidos nas narrativas dessas mulheres, assim como na mídia, lugar em que, na maioria das vezes, esses aspectos não são problematizados.

Assim, a forma – melodramática e edificante, revelada por traços de um 'ethos' heroico – como as mulheres constroem suas narrativas pode ser relacionada aos modos pelos quais as identidades estão sendo constituídas mediante práticas culturais, sobretudo, atravessadas pela ação da mídia. Por essa razão, podemos relacionar esse modo de as mulheres entrevistadas contarem suas histórias com a maneira usada pela mídia para produzir relatos dramáticos e personalizados. Dado que os elementos típicos da narrativa melodramática extrapolam os textos propriamente melodramáticos e, também, estão presentes em diferentes produtos jornalísticos, isso pode sinalizar que, atualmente, o recurso à personalização e ao melodramático constitui uma chave de leitura da cultura da mídia para o entendimento da realidade social.

Referências

ANG, Ien. **Living room wars**: Rethinking media audiences for a postmodern world. Londres/Nova York: Routledge, 1996.

BEAUD, Stéphane; WEBER, Florence. **Guia para a pesquisa de campo** – Produzir e analisar dados etnográficos. Petrópolis: Vozes, 2007.

BUONANNO, Milly. Histórias de vidas exemplares: biografias. **Revista MATRIZES**, n.1, p. 63-84, Jul-dez 2011.

CAMPBELL, Joseph. **O Herói de Mil Faces**. São Paulo: Ed. Pensamento-Cultrix, 1989.

DAHLGREN, Peter. Introduction. In: DAHLGREN, Peter; SPARKS, Colin (orgs). **Journalism and popular culture**. Londres/NY: Sage, 1992.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; SIFUENTES, Lírían. As relações de classe e gênero no contexto de práticas orientadas pela mídia: apontamentos teóricos. **Revista e-compós**, vol. 14, n 2, p. 1-13, 2011.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. **Revista MATRIZES**, n.1, p. 89-105, Jan-jun. 2008.

FEATHERSTONE, Mike. The heroic life and everyday life. **Theory Culture Society**, vol. 9, 1992, p.159-182.

HOGGART, Richard. **As utilizações da cultura**. v. 1 e 2. Lisboa: Editorial Presença, 1973.

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

MARTÍN-BARBERO, Jesús. La Telenovela en Colombia: Televisión, melodrama y vida cotidiana. **Diálogos de la Comunicación**, n. 17, p. 46-59, jun 1987.

MARTINEZ, Monica. **Jornada do Herói: A estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em jornalismo**. São Paulo: AnnaBlume, 2008.

MEIRELLES, Clara Fernandes. **Prazer e resistência: A legitimação do melodrama nos contextos acadêmicos**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura). Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2009.

PENA, Felipe. Celebridades e heróis no espetáculo da mídia. **Revista Brasileira de Estudos da Comunicação**. São Paulo, Vol. XXV, nº 1, janeiro/junho de 2002, p. 146-157.

SOUZA JÚNIOR, Walter de. Apropriações melodramáticas: o caso Pedrinho no *Jornal Nacional* e em *Senhora do Destino*. **Comunicação & Educação**. São Paulo, v. 11, n. 2, 2006.

SPARKS, Colin. Popular journalism. In: DAHLGREN, Peter; SPARKS, Colin (orgs). **Journalism and popular culture**. Londres/NY: Sage, 1992.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e Diferença**. Petrópolis: Vozes, 2000.

Stories of women: heroines of a melodramatic narrative

Abstract

This paper reflects about the media presence in biographical narratives of women from popular classes. The analysis of the interviews realized with six women reveals that they position themselves as heroines of their stories, which are marked by melodramatic traits and an heroic ethos. The presence of this elements in different media products signals that the use of personalization and melodramatic is currently a reading key of media culture.

Keywords

Women, heroines, melodrama

Historias de mujeres: heroínas de una narrativa melodramática

Resumen

El texto reflexiona sobre la presencia de los medios en relatos biográficos de las mujeres de las clases bajas. El análisis de las entrevistas con seis mujeres revela que se posicionan como protagonistas de sus historias, marcadas por guiones melodramáticos y un ethos heroico. La presencia de estos elementos en diferentes productos de los medios indica que la utilización de la personalización y del melodrama es actualmente una clave de lectura de la cultura de los medios.

Palabras-clave

Mujeres, heroínas, melodrama

Recebido em 08/04/2013

Aceito em 25/04/2013