



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

ANA CLAUDIA FREITAS PANTOJA

A TRADIÇÃO TELETRANSCRIADA:
ORALIDADE E PROPAGANDA EM *HOJE É DIA DE MARIA*

ANA CLAUDIA FREITAS PANTOJA

A TRADIÇÃO TELETRANSCRIADA:
ORALIDADE E PROPAGANDA EM *HOJE É DIA DE MARIA*

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Estadual de Londrina, como requisito parcial à obtenção do título de Doutora em Estudos Literários.

Orientador: Prof. Dr. Frederico Augusto Garcia Fernandes

Londrina
2014

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

P198t Pantoja, Ana Claudia Freitas.
A tradição teletranscrita : oralidade e propaganda em Hoje é dia de Maria
/ Ana Claudia Freitas Pantoja - Londrina, 2014
291 f. :b il.

Orientador: Frederico Augusto Garcia Fernandes.
Tese (Doutorado em Letras) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de
Letras e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Letras, 2014.
Inclui bibliografia.

1 Televisão - Minisséries - História e crítica - Teses. 2 Poética oral - Teses.
3 Propaganda - Teses. 4 Literatura e folclore - Teses. 5 Tradição oral. - Teses.
I. Fernandes, Frederico Augusto Garcia. II. Universidade Estadual de
Londrina. Centro de Letras e Ciências Humanas. Programa de Pós-
Graduação em Letras. III. Título.

CDU 82:792.09

ANA CLAUDIA FREITAS PANTOJA

A TRADIÇÃO TELETRANSCRIADA:
ORALIDADE E PROPAGANDA EM *HOJE É DIA DE MARIA*

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Estadual de Londrina, como requisito parcial à obtenção do título de Doutora em Estudos Literários.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Frederico Augusto Garcia
Fernandes
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof. Dr. Acir Dias da Silva
Universidade Estadual do Oeste do Paraná -
UNIOESTE

Prof. Dra. Ana Lúcia Liberato Tettamanzy
Universidade Federal do Rio Grande do Sul -
UFRGS

Prof. Dra. Marta Dantas da Silva
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Prof. Dra. Sonia Aparecida Vido Pascolati
Universidade Estadual de Londrina - UEL

Londrina, 14 de Novembro de 2014.

AGRADECIMENTOS

A Adelaide e Adilson, que nunca, em tempo algum, pouparam tempo, esforços, estímulos e recursos para que eu tivesse a melhor educação possível. Eu jamais chegaria a lugar algum sem a presença e o amor incondicional que vocês me dedicaram ao longo da vida. Eu me sinto extremamente grata ao sagrado por tê-los como pais e espero um dia fazer por alguém o que vocês fizeram e fazem por mim. Obrigada profunda e sinceramente por todo o apoio, por tanto amor. Vocês são incomparáveis.

Ao Fabio, porque é meu irmão. Só isso e tudo isso. Eu adoro saber que, para onde quer que a vida nos leve, estamos no mesmo barco.

Ao Frederico, que é Augusto de nome e de espírito. Você é condição *sine qua non* para este trabalho. Ele só existe porque você existe e um dia acreditou na alienígena perdida que desembarcou na sua sala de aula. Fora dela, você extrapolou em muito as obrigações de professor e orientador. Hoje, tenho a convicção de saber que, se eu precisar, posso contar com seu apoio irrestrito e desejo que você compreenda – sem hesitações – que a recíproca é mais que verdadeira. É uma honra e um privilégio desfrutar da sua companhia, obrigada em todos os sentidos.

Aos professores e colegas que fizeram dos últimos quatro anos uma fase rica, proveitosa e divertida. Obrigada pelos momentos de reflexão e companheirismo. Foi um prazer compartilhar a experiência com vocês.

Aos funcionários da UEL, em especial os da Secretaria de Pós-graduação: gentis, prestativos, eficientes e amigos. A burocracia dos processos pesou menos graças ao seu empenho, os dias ficaram mais leves e as idas à UEL mais risonhas.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) que possibilitou a finalização da pesquisa por meio de uma bolsa de auxílio financeiro. Almejo retribuir ao país o investimento em mim depositado.

PANTOJA, Ana Claudia Freitas. **A tradição teletranscrita:** oralidade e propaganda em *Hoje é dia de Maria*. 2014. 291 f. Tese de Conclusão do Curso de Doutorado em Letras/Estudos Literários – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2014.

RESUMO

A presente tese dedica-se à análise da microssérie *Hoje é dia de Maria* – primeira jornada – produto ficcional teledramatúrgico seriado brasileiro, veiculado na maior emissora do país no ano de 2005, sob direção de Luiz Fernando Carvalho. O programa é inspirado nos contos populares de circulação oral compilados por Sílvio Romero e Câmara Cascudo entre o final do século XIX e a primeira metade do século XX. A pesquisa tem caráter interdisciplinar, contemplando conceitos oriundos da Literatura, Antropologia e Comunicação Audiovisual, à luz das discussões desenvolvidas no âmbito dos Estudos Culturais. Investiga-se como a atração midiática realiza a transcrição de textos poéticos orais tradicionais para o formato televisivo, a partir do diálogo interartes e de princípios da comunicação tecnoestética, seguindo a definição de Denise Azevedo Duarte Guimarães. A hipótese que se delineia na pesquisa é de que *Hoje é dia de Maria* não se constitui apenas em uma iniciativa adaptativa de grande porte, mas também se configura como um tipo peculiar de propaganda das poéticas e da cultura oral tradicional brasileira. Além dos três autores supracitados, entre os principais teóricos que embasam a tese destacam-se: Paul Zumthor, Jean-Noël Pelen, Jesús Martín-Barbero, Linda Hutcheon, Nestor García Canclini, Roger Chartier, Diana e Mário Corso, Rogério Covalski, Umberto Eco, Carlo Ginzburg, Anna Maria Balogh, Bruno Bettelheim, Everardo Rocha, Frederico Fernandes, dentre outros.

Palavras-chave: Cultura Oral. Poéticas Oraís. Teledramaturgia. Transcrição. Propaganda.

PANTOJA, Ana Claudia Freitas. **TVtranscreated tradicion: Oral Poetics and Cultural Publicizing in *Hoje é dia de Maria***. 2014. 291 p. Doctoral Dissertation submitted to Universidade Estadual de Londrina. Post Graduation Program in Literary Studies. Londrina, Brazil, 2014.

ABSTRACT

The main aim of this doctoral dissertation is analyses the show *Hoje é dia de Maria, first journey* – a ficcional TV drama series directed by Luiz Fernando Carvalho and broadcasted on the major Brazilian TV station in 2005. The program is based on the oral folk tales compiled by Sílvio Romero and Câmara Cascudo from the later times of 19th until mid-20th century. The research has an interdisciplinary approach and deals with concepts from Literature, Anthropology and Audiovisual Communication, according to the discussions developed in the scope of Cultural Studies. We investigate how the media discourse performs the transcreation of traditional oral poetic texts into the television program formats, on the basis of the interarts dialogue and the principles of techno-aesthetic communication, following the definition of Denise Azevedo Duarte Guimarães. The hypothesis under research is that *Hoje é dia de Maria* is not only an adaptative initiative on large-scale, but it is also a peculiar kind of cultural publicizing of the poetics and the Brazilian traditional oral culture. In addition to the three mentioned authors, the main theoretical researchers that support the thesis are: Paul Zumthor, Jean-Noël Pelen, Jesús Martín-Barbero, Linda Hutcheon, Nestor Garcia Canclini, Roger Chartier, Diana e Mário Corso, Rogério Covalski, Umberto Eco, Carlo Ginzburg, Anna Maria Balogh, Bruno Bettelheim, Everardo Rocha, Frederico Fernandes, among others.

Key Words: Oral Culture. Oral Poetics. TV Drama. Transcreation. Cultural Publicizing.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	– Exterior do domo.....	64
Figura 2	– Interior do domo.....	65
Figura 3	– Inspiração pictórica.....	66
Figura 4	– Divulgação oficial.....	67
Figura 5	– Pintura portinariana.....	67
Figura 6	– Aridez.....	69
Figura 7	– Campos de neve.....	69
Figura 8	– Vestido-ninho.....	70
Figura 9	– Baile no castelo.....	71
Figura 10	– Vinheta de abertura.....	78
Figura 11	– Fim da vinheta.....	79
Figura 12	– Casamento.....	80
Figura 13	– As três viúvas.....	81
Figura 14	– Capinzal.....	82
Figura 15	– Descoberta do corpo.....	83
Figura 16	– Partida.....	83
Figura 17	– Maria e o Maltrapilho.....	112
Figura 18	– O Mendigo.....	114
Figura 19	– Face do Maltrapilho.....	119
Figura 20	– Face do Mendigo.....	119
Figura 21	– Face do Homem de Olhar Triste.....	120
Figura 22	– Face do Vendedor.....	120
Figura 23	– Mascate português.....	121
Figura 24	– Troca de olhares.....	124
Figura 25	– Objeto mágico.....	128
Figura 26	– Cobra.....	128
Figura 27	– Os Executivos.....	128
Figura 28	– O lavrador de café.....	130
Figura 29	– Executivos estilizados.....	131
Figura 30	– Caracterização dos Executivos.....	131
Figura 31	– Faro.....	132
Figura 32	– Tecnologia aplicada.....	133

Figura 33	–	Marionetes	134
Figura 34	–	Noite.....	135
Figura 35	–	Casamatas.....	136
Figura 36	–	Menina Carvoeira.....	136
Figura 37	–	Asmodeu entre faíscas	137
Figura 38	–	Os Retirantes	138
Figura 39	–	Na mira do rifle.....	141
Figura 40	–	Os Cangaceiros	141
Figura 41	–	Deus e o diabo na terra do sol	143
Figura 42	–	Pai penitente	143
Figura 43	–	Encontro com os Índios.....	145
Figura 44	–	Os sons da noite	146
Figura 45	–	O presente	146
Figura 46	–	Músicos entre os Retirantes.....	150
Figura 47	–	Trinta negros de Contagem	151
Figura 48	–	O endosso indígena	156
Figura 49	–	Pássaro na lagoa	158
Figura 50	–	Moço Bonito	161
Figura 51	–	Marcha luciferina.....	162
Figura 52	–	O preço de Zé Cangaia.....	163
Figura 53	–	Armadilha sob o chapéu	168
Figura 54	–	As adivinhas de Asmodeu.....	169
Figura 55	–	Diabo logrado.....	170
Figura 56	–	Asmodeu Original	174
Figura 57	–	Asmodeu Falso Amigo.....	175
Figura 58	–	Asmodeu Brincante.....	175
Figura 59	–	Asmodeu Mágico	175
Figura 60	–	Quase suicídio	176
Figura 61	–	Asmodeu narrador	185
Figura 62	–	Redemoinho.....	193
Figura 63	–	Menarca	194
Figura 64	–	Lamentação	194
Figura 65	–	Nossa Senhora	195
Figura 66	–	Transição	196

Figura 67	– Colega de Maria.....	197
Figura 68	– Moradores do castelo.....	198
Figura 69	– Maria Borracheira	198
Figura 70	– Castelo medieval	201
Figura 71	– Príncipe bailarino	202
Figura 72	– Príncipe sem face	202
Figura 73	– Festa fora do castelo.....	203
Figura 74	– Vestes de noiva	205
Figura 75	– Maria retira a flecha	216
Figura 76	– O Amado.....	216
Figura 77	– Detalhe do Pássaro Incomum.....	217
Figura 78	– Corpo do Pássaro	217
Figura 79	– Lágrimas de Asmodeu	218
Figura 80	– Pássaro congelado	218
Figura 81	– Maria descobre o Amado	219
Figura 82	– Abertura da portinhola.....	220
Figura 83	– Coração na mão	220
Figura 84	– Nudez.....	222
Figura 85	– Carrossel.....	225
Figura 86	– Ciganinho.....	226
Figura 87	– Espelho.....	227
Figura 88	– Cartaz 1	232
Figura 89	– Cartaz 2	232
Figura 90	– Cartaz 3	233
Figura 91	– A cabaça do Retirante.....	234
Figura 92	– A chuva salvadora	235
Figura 93	– Maria e o Ciganinho partem.....	238
Figura 94	– Saída do domo.....	239
Figura 95	– Maria encontra o mar	239
Figura 96	– As franjas do mar	239
Figura 97	– Outra Maria	257

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	PARTIDA	51
2.1	NOS BASTIDORES DA SENDA.....	51
2.2	PINTURA VIVA.....	63
2.3	PRIMEIRO CAPÍTULO, MORTES E PARTIDAS.....	78
3	CAMINHO	106
3.1	POÉTICAS ORAIS EM TRÂNSITO.....	106
3.2	AS FACES DO MARAVILHOSO.....	112
3.3	TECNOCRACIA NO AGRESTE: DESNATURALIZAÇÃO.....	127
3.4	O PESO DO MUNDO.....	135
3.5	ÍNDIOS NO PAÍS DE MARIA.....	145
3.6	SONHOS DE UMA NOITE TROPICAL.....	157
3.7	ASMODEU, O PRÍNCIPE DA MENTIRA.....	159
3.7.1	Mercado das Sombras e a Propaganda da Militância Poética Oral.....	161
3.7.2	Heranças Afro-Brasileiras e Ibéricas. O Repente como Propaganda Diferenciada.....	166
3.7.3	A Ressignificação da Cantiga como Modelo de Releitura Propagandística.....	174
3.8	ALINHAVOS TRANSCRITIVOS E PROPAGANDISTAS.....	179
3.8.1	Elementos de Coesão e Fluidez Narrativa.....	179
3.8.2	Encontros de Maria e Propaganda. as Poéticas Oraís como Marca.....	186
4	CHEGADA	193
4.1	DIAS DE MARIA ADULTA.....	193
4.2	A BORRALHEIRA REBELDE.....	197
4.2.1	Do oral para a TV.....	204
4.2.2	A propaganda Contrainuitiva.....	207
4.2.3	Maria Borralheira e a Emancipação Feminina Contrainuitiva.....	211

4.3	DE HOMENS E PÁSSAROS: A EXPERIÊNCIA AMOROSA DÚPLICE	215
4.3.1	Eros e Psiquê: Expansões da Propaganda Contrainuitiva.....	220
4.4	LIÇÕES DA RODA DA FORTUNA	224
4.5	PROPAGANDA E REFORÇO	231
4.6	ÀS FRANJAS	235
4.7	A MICROSSÉRIE COMO PUBLICIDADE TELEVISIVA	241
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	246
	REFERÊNCIAS.....	258
	REFERÊNCIAS ESPECÍFICAS SOBRE <i>HOJE É DIA DE MARIA</i>	269
	FONTES DAS ILUSTRAÇÕES.....	274
	ANEXOS	278
ANEXO A –	Ficha técnica de <i>hoje é dia de Maria</i>	279
ANEXO B –	Relação de produtos audiovisuais dirigidos por Luiz Fernando Carvalho	284
ANEXO C –	Relação de obras de Luis da câmara cascudo e Sílvio Romero	286

1 INTRODUÇÃO

Hoje é dia de Maria é o título de um dos produtos teledramatúrgicos mais premiados da recente história audiovisual brasileira, reconhecido nacional e internacionalmente pelo elevado padrão de qualidade técnica e pela extrapolação dos limites estreitos entre diferentes meios de expressão artística. Trata-se de uma releitura dos contos e cantos populares, de autoria anônima e coletiva, compreendidos e retratados como patrimônio, isto é, conjunto de bens móveis, imóveis ou imateriais, transmitidos ao longo de tempo e que constituem a identidade cultural de um grupo (IPHAN, acesso em 20 mar. 2014), acervo de valor inestimável, reflexo dos regimes criativos de gerações sucessivas.

A microssérie é um produto televisivo ficcional seriado, exibido em oito episódios, entre 11 e 21 de janeiro de 2005, sob direção geral de Luiz Fernando Carvalho e *copyright* da Rede Globo de Televisão. O roteiro tem assinatura do próprio diretor em parceria com Luis Alberto de Abreu, a partir do texto de Carlos Alberto Soffredini, com inspiração nos contos populares de circulação oral compilados por Sílvio Romero e Câmara Cascudo entre o final do século XIX e a primeira metade do século XX¹. Resultado de um investimento financeiro e artístico de grande porte, a microssérie contou com equipes técnicas de renome, responsáveis pela criação de uma atmosfera onírica, fabular, explicitamente contrária ao realismo documental televisivo, em uma interseção vigorosa entre aspectos do maravilhoso (como personagens de contos de fadas), elementos de *mise-en-scène*² teatralizada (com ênfase na *commedia dell'arte*³) e referências a

¹ Como as fontes oficiais de informação sobre a microssérie (*site*, roteiro, DVD e *making of*) não listam com exatidão quais textos serviram de base para o programa, preferi apresentar a relação completa de obras dos dois autores, no Anexo B da Tese.

² Em produções audiovisuais, *mise-en-scène* designa o conjunto formado por enquadramento, gesto, entonação de voz, luz e movimento no espaço captado no plano, usualmente em uma mesma tomada. Relaciona-se aos usos da profundidade de campo e direção de atores (RAMOS, 2012, p. 54). A expressão assume outros sentidos quando relacionada a obras teatrais.

³ Tipo de teatro popular surgido no século XV na Itália e bastante apreciado na Europa até o século XVIII. Tinha como elementos fundamentais o improvisado e a pantomima, abusava do ridículo e do vocabulário vulgar. Os atores das companhias itinerantes usualmente envergavam trajes carnavalescos, mesclando textos teatrais com números circenses. Os personagens eram tipificados e as encenações aconteciam em espaços públicos ou carroças. Segundo Patrice Pavis, a *commedia dell'arte* definia-se pelas seguintes constantes dramatúrgicas: “tema modificável, elaborado coletivamente; abundância de quiprocós, fábula típica de namorados momentaneamente contrariados por velhos libidinosos; gosto pelos disfarces, pelos travestimentos de mulheres em homens, cenas de reconhecimento no fim da peça, nas quais os pobres ficam ricos, os desaparecidos reaparecem; manobras complicadas de um criado tratante, porém esperto” (PAVIS, 1999, p. 61-62).

produções literárias consagradas pela crítica nacional (a exemplo das obras de Manuel Bandeira e Mário de Andrade).

A microssérie apresenta a trajetória de Maria, uma criança sem idade definida na história, vivida pela atriz Carolina Oliveira, então com 10 anos. Órfã de mãe, a menina mora em um sítio decadente, sendo submetida desde cedo aos afazeres da casa e aos abusos do pai bêbado, incluindo a ameaça de estupro. Quando surge na trama a clássica madrasta, nefanda e vil, os infortúnios da criança chegam a limites insustentáveis e Maria abandona o lar paterno, iniciando uma longa jornada rumo à promessa de felicidade, designada genericamente como a busca pelas “franjas do mar”. Maria e a estrada se encontram. Pouco depois, o pai, arrependido pelos maus tratos à criança, também se lança ao mundo, tornando-se uma espécie de peregrino à procura da filha e de redenção.

O caminho de Maria é longo, as andanças incessantes a conduzirão a lugares inóspitos, como a terra onde o sol jamais se põe e os campos repletos de neve, que congelam homens, bichos e amores. Em cada paragem, a menina descobre personagens incomuns, muitos deles vítimas sociais, a exemplo das crianças carvoeiras, dos retirantes da seca e de um sertanejo que vende a sombra em troca de alimento. A menina conquista também amigos misteriosos, ocupados em sugerir tarefas que testam o caráter da criança, presenteando-a com objetos mágicos a cada prova de solidariedade que ela oferece a desconhecidos. Mas entre tantos companheiros de estrada, um se revelará o grande antagonista, responsável pelas reviravoltas e dores no caminho da menina. O inimigo não poderia ser pior: Asmodeu, o diabo em pessoa, figura obsessiva e persecutória, que se dedica a atormentar Maria desde o instante em que ela lhe prega uma peça, a fim de ajudar um amigo. A partir daí, ele se disfarça sob múltiplas peles, deixando um rastro de armadilhas funestas; Asmodeu mente, seduz, aflige.

Obstinada em seguir caminho, a menina recebe conselhos e a proteção de Nossa Senhora, derrotando o diabo em mais de uma ocasião, até que ele lança mão de um golpe perspicaz, destinado a interromper a sucessão de vitórias da criança: ele rouba a infância de Maria. Chega menarca e a garotinha automaticamente torna-se adulta, vivida agora pela atriz Letícia Sabatella.

O ingresso na mocidade é marcado pela descoberta da paixão. Maria encanta-se pelo Amado, personagem inspirado no mito de Eros e Psiquê – homem à luz do dia e pássaro ao cair da noite. Mas o diabo não desiste, armando

ciladas e estratégias, obstinado a lançar a sombra da infelicidade sobre a protagonista.

No desenlace da história, Maria retorna à infância e ao sítio da família, retrocedendo no tempo até reencontrar a mãe ainda viva, antes de o pai começar a beber. Ela tem então a chance de mudar toda a trama, de reinventar a história, evitando a morte da mãe. Esse é o final feliz do conto de fadas televisivo, com a família reunida, sem perdas e mortes. Maria pode enfim conhecer o litoral e as ansiadas franjas do mar.

Entre jogos de disfarce e revelação, tarefas mágicas e a luta da inocência contra o mal, desenha-se um produto que foge às convenções da agenda midiática e à produção televisiva em larga escala. Essencialmente intertextual em seus conteúdos, barroca em seus excessos e cinematográfica na meticulosidade de sua produção, *Hoje é dia de Maria* articula diferentes referências culturais e temporalidades, partindo de um Brasil ainda rural e enraizado até chegar a um espaço universal, aparentemente imune às condicionantes históricas.

Em termos numéricos, *Hoje é dia de Maria* registrou uma média de 32 pontos de audiência, valores elevados em se tratando do horário de exibição (a partir das 22h30) e comparáveis aos das telenovelas das 21h, carros-chefe da grade televisiva brasileira. A microssérie angariou prêmios nacionais da crítica especializada e duas indicações ao Emmy Internacional⁴, atraiu anunciantes de prestígio e atingiu repercussão suficiente para a produção de uma segunda jornada⁵, além do lançamento dos capítulos completos em DVD, da publicação dos roteiros em livro próprio, da realização de uma exposição artística com figurinos e objetos de cena, da organização de uma coletânea fotográfica e da finalização de um *making-of*.

⁴ De acordo com dados da Memória Globo (acesso em 15 jun. 2013), *Hoje é dia de Maria* foi agraciada com os seguintes prêmios e indicações: Input International Board TAIPEI 2005; foi finalista no International Emmy Awards 2005, nas categorias Minissérie para TV e Melhor Atriz; Hors Concours BANFF Canadá 2006; nomeação e exibição no Prix Jeunesse International Alemanha 2006; Grande Prêmio da Crítica APCA 2005; Prêmio Qualidade Brasil 2005, nas categorias Melhor Projeto Especial de Teledramaturgia, Melhor Autor de Teledramaturgia, Melhor Atriz Revelação de Teledramaturgia e Melhor Diretor de Teledramaturgia; Prêmio Mídia 2005 (Midiativa); Prêmio ABC 2006, na categoria Melhor Fotografia Programa de TV; Prêmio Contigo! 2006, nas categorias Diretor e Atriz Infantil.

⁵ Exibida em outubro de 2005. A segunda jornada não possui os contos populares como fonte, tendo inspiração na obra de Miguel de Cervantes e de Bertolt Brecht, por isso seus episódios não foram incluídos no *corpus* da Tese.

O impacto do programa do ponto de vista acadêmico não foi menor. Até o momento, foram contabilizados trinta e três trabalhos científicos – artigos, ensaios, dissertações e teses – concluídos sobre a atração e outros cinco em fase de desenvolvimento⁶. Pesquisadores tanto do âmbito da Comunicação Social quanto de Letras foram atraídos pela inusitada combinação entre contos populares tradicionais e uma estrutura teledramatúrgica experimental, incomum mesmo para os padrões da maior emissora do país. Mas apesar da natureza plurifacetada do produto, em muitos casos os analistas abordaram a microssérie de um ponto de vista isolacionista: ou em relação aos contos de circulação oral que inspiram a história ou como um artefato midiático. Apenas em breves momentos foi de fato contemplada a espinhosa questão de que, na microssérie, as estruturas narrativas somente existem em/por meios técnicos, a partir de soluções de transcrição. Na presente Tese⁷, por outro lado, a intenção é que interdisciplinaridade se imponha como peça-chave na condução do trabalho, uma transversalidade que não se resume à descrição do objeto, mas perpassa cada etapa constitutiva da pesquisa.

Mas para compreender as escolhas metodológicas aplicadas, faz-se mister, de início, observar como o objeto de estudo se situa no âmbito geral do meio que o originou, a TV.

Seria pouco verossímil acreditar na singularidade absoluta de um produto televisivo, isolando-o de um contexto histórico que o filia a uma tradição de mais de sessenta anos do veículo no país. No caso de *Hoje é dia de Maria*, ela é um exemplo de produção teledramatúrgica seriada de curta duração, modalidade que compreende as séries, minisséries e microsséries, e que desde os anos 1980 têm espaço garantido na grade de programação, a partir do lançamento de *Lampião e Maria Bonita*. Nas séries, os capítulos se estruturam em temporadas, cada uma podendo prolongar-se por semanas ou meses. As duas outras categorias possuem uma única temporada, minisséries com um mínimo de nove episódios e microsséries apresentando um máximo de oito. Uma distinção apreendida por meio da comparação de dados disponíveis no site Memória Globo: cruzei informações sobre

⁶ As referências bibliográficas e *online* das pesquisas universitárias e reportagens específicas sobre *Hoje é dia de Maria* foram reunidas em uma seção à parte na Tese (ver páginas 259 a 264), de maneira a facilitar a consulta dos interessados.

⁷ Ao longo do texto, utilizo Tese para me referir ao resultado da pesquisa acadêmica desenvolvida, requisito parcial do Doutorado; e tese com sentido hipotético, não necessariamente comprovável, como na expressão “em tese”.

todas as atrações seriadas veiculadas nos últimos cinco anos até chegar à diferenciação apresentada.

Exibidos em horários tardios, nunca antes de 22h30, tais programas são destinados a um público-alvo de boa escolaridade e com acesso a bens culturais diversificados. Um tipo de classificação que pode parecer arbitrária à primeira vista, mas que tem raízes na história recente da teledramaturgia brasileira. Botoso e Conversani (p. 2-3, acesso: 30 mar. 2012) retomam o trabalho de Luiz Carlos Rondini ao explicar que as mini e microsséries sofreram menos pressões da censura federal, em tempos de ditadura militar, devido ao horário de exibição. Noite adentro, era possível abordar problemáticas sociais e políticas incômodas, muitas vezes de forma velada, envoltas no manto de dubiedade que as metáforas conferem às narrativas. Não sendo possível alcançar o grande público de modo direto, as séries de curta duração atraíram o espectador exigente e mais atento a críticas camufladas. A tática fidelizou o público e transformou-se em tradição no horário, ao ponto de até hoje falar-se de uma audiência do tipo A e B para tal modalidade televisiva.

Via de regra, as ficções seriadas subvertem a escala industrial de filmagens típicas das telenovelas, sendo consideradas “obras fechadas”, isto é, com roteiro finalizado antes mesmo das gravações e com um final pré-determinado, quando não há ingerência do público sobre os destinos dos personagens (BALOGH, 2002, p. 124). Séries de curta duração paulatinamente tornaram-se sinônimos de requinte técnico e ousadia temática:

elas dispõem não só de um orçamento privilegiado como também de investimentos significativos no aperfeiçoamento da linguagem audiovisual. Microsséries, hoje, representam zonas fronteiriças fluidas, de possíveis hibridismos entre elementos televisivos, literários, cinematográficos, teatrais, circenses e de diversas outras espécies. Para Balogh (2002), os realizadores nelas reconhecem um potencial subversivo, dedicando-se a ultrapassar os limites estreitos da mesmice dramaturgica (PANTOJA, 2012, p. 121).

Em *Hoje é dia de Maria*, o experimentalismo em torno da linguagem audiovisual promove a diluição das fronteiras entre TV e cinema, a partir da crescente transposição de elementos técnicos e narrativos de um meio para o outro, ultrapassando as limitações de suporte de realização e exibição, como salienta Renato Luiz Pucci Jr (2010, p.2).

Um dos maiores exemplos dessa fragilização de barreiras é o emprego de câmeras que permitem o tratamento da imagem televisiva com qualidade de película⁸, exigindo maior sofisticação nos projetos de direção de fotografia e de arte. A melhoria na qualidade da imagem aliada ao considerável tempo investido na preparação do elenco de *Hoje é dia de Maria* condizem com o projeto artístico proposto por Luiz Fernando Carvalho desde a primeira metade dos anos 1990, resumido por Renato Pucci Jr (2010, p. 2) como o empenho de “fazer cinema na TV”. Ao mesclar diferentes meios de expressão, a microssérie permite o encontro e a expansão de tendências observadas nos dois campos, levando-as a extremos, como observa o autor:

O que era um artificialismo intermitente no *Auto da Compadecida*⁹ (por exemplo, nas cenas de animação à maneira da literatura de cordel que concretizavam as aventuras fantasiosas de Chicó, ou seja, poucos minutos numa trama de várias horas) transformou-se numa característica central de *Hoje é Dia de Maria*. Aquele traço fundamental apontado na cena da despedida do pai, isto é, a alternância entre naturalismo e antinaturalismo, preenche a microssérie de ponta a ponta, numa superabundância destinada a produzir a oscilação em alta frequência entre parecer e não parecer real. A própria gravação no domo¹⁰ criou a possibilidade de um artificialismo ambiental que não existia nos citados programas de Arraes e Furtado, todos eles gravados basicamente em ambientes naturais (PUCCI JR. 2010, p.7).

Pelo experimentalismo apenas prenunciado em outras obras brasileiras contemporâneas e exacerbado na microssérie, *Hoje é dia de Maria* apresenta o que Carlo Guinzburg (1987, p. 230) descreve como valor sintomático de um caso-limite, quando uma análise situacional aponta tendências mais amplas, uma vez que “processos de largo alcance se manifestam primeiramente em produtos localizados”, esclarece Pucci Jr (2010, p.3). Estudar a microssérie, portanto, pode abrir margens para o entendimento de toda uma linhagem de produtos teledramatúrgicos que têm na confluência intermediática e na recusa à ambientação naturalista suas chaves de compreensão e funcionamento.

⁸ A esse respeito, ver o capítulo Partida, página 55.

⁹ Filme brasileiro lançado em 2000, com direção de Guel Arraes e roteiro de Adriana Falcão, baseado na obra de Ariano Suassuna.

¹⁰ Estrutura de ferro que comportou o cenário de *Hoje é dia de Maria*, detalhado no capítulo Partida, página 66.

Entretanto, não apenas o formato do programa interessa à análise. No caso de *Hoje é dia de Maria*, além do exame acerca do suporte audiovisual televisivo, seu conteúdo específico requer especial atenção.

Os contos populares tradicionais, em que se ancora a microssérie, são exemplos clássicos das chamadas poéticas orais, isto é, produções estéticas que têm a voz como principal meio de expressão, ou, como define Zumthor (2005, p. 69), a pulsão de ser na linguagem, instância em que a palavra poética se direciona ao outro como materialidade corporal. As poéticas orais eram convencionalmente associadas apenas às sociedades ágrafas (nas quais o livro tem diminuta importância no cotidiano de transmissão de saberes) e às manifestações da cultura popular tradicional, quando a palavra oralizada encontra-se com o canto, a dança, as instâncias do sagrado e os anseios coletivamente partilhados. No entanto, hoje entende-se que a área abrange também as expressões urbanas, letradas e experimentais, como a poesia sonora, as correntes vanguardistas e as investidas midiáticas. Um conjunto que coloca em xeque o instrumental de análise gestado exclusivamente pela Teoria Literária.

O estudo das poéticas orais, mesmo em seus estágios iniciais, já divergia dos modelos hegemônicos beletristas, que apregoavam (e ainda o fazem) o exame do texto em seus atributos intrínsecos, qualificando como irrelevante a relação entre a produção literária e o mundo exterior ao livro. Na contramão da análise exclusivamente “interna”, os oralistas concebem o impresso apenas como uma das manifestações do fazer poético, dentre várias outras admissíveis. Por isso há um deslocamento, ou melhor, uma expansão no que diz respeito ao método de pesquisa, porque também há uma compreensão mais ampla do objeto de análise. Se a poesia tem na voz um de seus principais expoentes, então torna-se imprescindível pensar no corpo que a emite, no gesto que a acompanha, no emissor que a direciona e no público que a recebe. Em outras palavras, há que se pensar nas formas de produção, circulação e consumo da obra verbalizada oralmente.

Essa é uma mudança significativa nos padrões de crítica literária convencional, que idealiza a produção poética em um nível abstrato. Ginzburg (1987) analisa a sociedade grafocêntrica como uma coletividade que “desmaterializou” o texto, descolando-o sistematicamente das relações sensíveis (auditivas, táteis, etc.), típicas da narração oral, quando contador e ouvinte dividiam o mesmo espaço. A expansão da indústria editorial e do consumo livresco teriam

desatrelado duas instâncias que antes eram simultâneas: a produção e a recepção das histórias, convertendo as narrativas em conteúdo passível de reprodutibilidade técnica. Ao negar o corpo e exaltar o papel, a investigação literária beletrista chancela um tipo de poesia que parece viver independente do indivíduo, em um eterno mundo das ideias que não se concretiza no humano.

Os oralistas, por sua vez, apregoam a observação dos fenômenos poéticos, em prosa ou verso, a partir dos sujeitos que os produzem e transformam, ou seja, em situações de transmissão. Eles se voltam para a materialidade da *performance*, momento em que o sujeito mobiliza suas competências narrativas e seu próprio corpo em prol da poesia. Nesse contexto, a análise privilegia as histórias que são apreendidas pelos sons, imagens, movimentos, aromas, toques e texturas experimentados durante a partilha entre quem conta e quem acompanha as tramas:

a *performance* é virtualmente um ato teatral, em que se integram todos os elementos visuais, auditivos e táteis que constituem a presença de um corpo e as circunstâncias nas quais ele existe (ZUMTHOR, 2005, p. 69).

A compreensão da arte em *performance* acabou por conduzir os estudiosos das poéticas orais à noção de poesia como forma de ser no mundo, aproximando-os das perspectivas antropológicas mais atuais. Se o narrador deixa de ser analisado como um artifício apenas textual para converter-se em sujeito encarnado, dotado de uma vontade volúvel, um agente flexível e inconstante, o pesquisador se depara agora com os desafios de uma pesquisa de campo, o que demanda técnicas de aproximação, diálogo, análise e, sobretudo, uma reflexão franca a respeito do seu próprio papel no processo. Academicamente, a poesia falante e viva impõe questionamentos epistemológicos complexos.

Ao longo da Tese, os parâmetros antropológicos que situam o pesquisador como o *outro*, estrangeiro que só toma ciência de uma vida diversa da sua se convidado a participar dela, foi salutar para eu reconhecesse o quanto a análise seria obrigatoriamente parcial, decorrente das minhas próprias condições sociais, educacionais, étnicas, de classe e até de gênero, além do meu grau de familiaridade com as culturas letradas e orais. Como tão acuradamente observa Maria Zilda da Cunha (2011, p. 58),

o conhecimento, a partir dessa perspectiva, é infinitamente aproximativo, nunca acabado [...] a verdade está sempre sob a mira, mas é uma verdade movente e não a-histórica, admitem-se bolsões de indeterminação, que rondam os fenômenos e a noção de verdade vincula-se a uma comunidade de investigadores como um ideal regulador. Reconhecer um espectro amplo de possíveis explicações não elimina a responsabilidade e necessidade da busca. O mistério e a indeterminação fazem parte do objeto e do processo de investigação.

Também da Antropologia, especificamente do trabalho de Pedro de Niemeyer Cesarino, vem a compreensão de que estudar poéticas orais e seus produtores é necessariamente um exercício criativo, pois todo esforço de entendimento de uma outra cultura é necessariamente *um ato de invenção* (CESARINO, 2011, p.16, grifo meu). Ao me aproximar da cultura oral (midiatizada ou não) e analisá-la, em alguma medida, eu a reinvento sob meus próprios critérios, como detalha Daniel Borges:

Talvez seja importante enfatizar que nenhum procedimento de coleta é idôneo, partindo sempre da perspectiva do lugar social daquele que registra, e que o próprio procedimento de se registrar não faz sentido para muitas das culturas orais (BORGES, 2012, p.30).

Ainda no âmbito da Antropologia, a obra de Edgar Morin sobre a cultura de massas no século XX é particularmente útil no sentido de oferecer “pontes” conceituais e metodológicas que permitem refazer parte do percurso entre as produções da cultura popular e a esfera midiática, delineando continuidades e perdas ao longo da trajetória. Especialmente pelo fato de o teórico adotar um ponto de vista que privilegia os modos de funcionamento técnicos audiovisuais. Ora, se falo na *materialidade* da poesia em *performance* e sua posterior transposição para o audiovisual, devo pensar em termos concretos em se tratando de meios de comunicação e não apenas em um pretenso efeito narcotizante que eles teriam sobre o público, como defende boa parte da crítica. Morin aborda essencialmente os aspectos palpáveis da transposição narrativa, o que tem alta operacionalidade nesta Tese.

Mas possivelmente quem ofereça os parâmetros de maior aplicabilidade em se tratando de meios de comunicação de massa audiovisuais seja Jesús Martín-Barbero. Primeiro pelo que o autor recusa, segundo pelo que ele abraça e em terceiro lugar pelos caminhos de análise propostos em sua obra.

A primeira grande rejeição de Barbero é ao maniqueísmo encarnado na disputa entre apocalípticos e integrados¹¹, termos cunhados por Umberto Eco (1979) que designam de um lado os que professam uma visão catastrofista a respeito do impacto dos meios de comunicação sobre o público (como Baudrillard, Virílio e Shapiro) e, de outro, os autores que fazem apologia à mídia massiva e à tecnologia em geral (a exemplo de Lévy, Rheingold e Negroponte), teóricos que as veem como abre-alas emancipatório do ser humano. Sem render-se ao deslumbramento tecnológico, Barbero abre fogo aos que reduzem a mídia, a televisão em particular, à esfera do entretenimento facilmente palatável, culturalmente decadente e socialmente descompromissado, corrompido pelo mercado de forma indelével:

[É preciso] mudar o lugar das perguntas para tornar investigáveis os processos de constituição do massivo para além da chantagem culturalista que os converte inevitavelmente em processos de degradação cultural [...] [há também que se superar] a enganosa impressão de que, ao investigar as formas de presença do povo na massa, estivéssemos abandonando a crítica àquilo que no massivo é mascaramento e desativação da desigualdade social e portanto dispositivo de integração ideológica (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.29-30).

O que Barbero propõe em substituição às ideias aristocráticas de ranço frankfurtiano é um deslocamento da análise dos meios de massa para o exame das mediações sociais. Sem desconsiderar as lógicas de produção e a estrutura empresarial midiática, Barbero opta pelo estudo das *competências comunicativas dos meios*, isto é, a “capacidade de interpelar/construir públicos, audiências, consumidores” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 18), uma aptidão própria para identificar a emergência de novos padrões de comportamento, gostos, atitudes, preferências, etc. e de negociar com o espectador. Habilidade esta que não se confunde com a tecnicidade do processo:

¹¹ Uma postura adotada por Martín-Barbero somente após o lançamento de *Dos meios às mediações*, livro que marca uma revisão ampla do autor sobre sua trajetória acadêmica.

a mediação proposta por Jesús Martín-Barbero (2001) vê os meios de comunicação para além de mero canal, mídia; entende-os, sobretudo, como sendo elementos reguladores das relações sociais e que estão na própria base da constituição dessas interações (COVALESKI, 2010b, p. 15).

Barbero concebe um modelo de relações entre mídia e receptores que inclui instâncias industriais e de sociabilidade, levando em conta um aspecto muito caro ao estudo sobre *Hoje é dia de Maria* – as ritualidades, que, a despeito de serem associadas a outro tempo e espaço, podem ser revitalizadas pelos veículos massivos por meio de

modos de existência do simbólico, trajetórias de iniciação e ritos ‘de passagem’, serialidade ficcional e repetição ritual, permitindo assim entrever o jogo entre cotidianidade e experiências da diferença, da ressacralização, do reencantamento do mundo a partir de *certos usos ou modos de relação com os meios*, entre inércias e atividade, entre hábitos e iniciativas do olhar e do ler (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.20, grifo meu).

Ao voltar-se para as ritualidades e mediações sociais promovidas pelos meios massivos, Barbero aborda o que Márcio Pizarro (2008, p. 3-4) define como sensibilidade cultural midiática, com ênfase na produção imagética: “o que é exposto é o próprio olhar – e a escuta – as condições da produção de uma sensibilidade audiovisual – uma sensibilidade ótico-sonora”. Produz-se um novo *sensorium*, que não preenche apenas os requisitos do mercado, mas contempla também as matrizes culturais, compostas por referências afetivas e intelectuais relevantes para o público, em um entrecruzamento de lógicas distintas (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.30).

Ao estabelecer as competências comunicacionais dos meios massivos e o reconhecimento de uma sensibilidade audiovisual partilhada por produtores e pelo público como eixos de análise, o autor abre caminhos para que se pense na mídia para além de um mecanismo de reprodução em escala industrial, admitindo seu potencial como instrumento de comunicação tecnoestética.

O termo é definido por Denise Azevedo Guimarães como o movimento de incorporação da experimentação artística no refinamento de obras midiáticas que não possuem os índices de audiência como único fim. Trata-se de um processo que mobiliza as “sempre polêmicas relações entre arte, ciência e tecnologia” e que desconstroem o dualismo entre o que é experimental e comercial,

ao propor um diálogo direto entre objetos de valor estético e produtos de entretenimento massivo (GUIMARÃES, 2007, p.8-9). A ideia de comunicação tecnoestética se não abandona, pelo menos relativiza as concepções de que os produtos massivos almejam pura e simplesmente um consumo banalizado, orientado para a satisfação imediata e acrítica. Fala-se aqui de modalidades tecnopoéticas, em que o *qualis* supera o *quantum*, criando “áreas de irradiação semântica” (GUIMARÃES, 2007, p. 42; 118).

Apesar de aparentemente estar centrado no domínio do emissor das mensagens, o conceito de comunicação tecnoestética demanda necessariamente a compreensão do papel ativo do público durante a fruição dos produtos. E isso só é possível graças às pesquisas de teóricos da recepção como Wolfgang Iser, Stanley Fish e Michael Riffaterre, para quem não apenas os labirintos semânticos de escritores modernistas herméticos como Joyce inspiram leitores ativos; todo e qualquer bem cultural suscita interpretação vívida (DINKLA, 2002, p. 30). Seja em âmbito literário, seja em qualquer outro domínio “o fruidor jamais é solicitado na experiência estética a abandonar-se ao efeito da obra, sofrendo-o passivamente. Ao contrário, o tipo de recepção necessário para a experiência estética é o modo ativo e operativo da execução” (GOMES, 1996, p 18).

Acredito que *Hoje é dia de Maria* seja fruto de competências comunicacionais audiovisuais capazes de mobilizar um espectador atento não somente à dimensão do sentido, mas também à sensibilidade poética, promovendo as mediações sociais discutidas por Barbero e constituindo

um campo de tensão que já não pode ser compreendido mediante categorias como progresso *versus* reação, direita *versus* esquerda, presente *versus* passado, modernismo *versus* realismo, abstração *versus* representação, vanguarda *versus* kitsch (HUYSSSEN, 1991, p. 74).

Porque não há “versus” em jogo, mas somas, simultaneidades, coexistências. Se as imagens são, como acredita Denise Guimarães (2007, p.14), a matéria-prima privilegiada das poéticas tecnológicas, então eis aqui um produto teledramatúrgico em que apenas a fruição criativa tem espaço, em que o espectador é interpelado na mesma medida que participa, transformando a espectadorialidade em apropriação.

Ainda no domínio metodológico, vale destacar que a tese está inserida em um contexto maior de investigação, fazendo parte do projeto *Cartografia das Poéticas Orais*, sob coordenação do Professor Doutor Frederico Fernandes, com participação de pesquisadores de dezoito instituições de ensino superior no país. O objetivo principal é o de formar um vasto banco de dados contendo textos teórico-críticos sobre oralidade (artigos, ensaios, resenhas, dissertações, teses, livros, etc.), acervos de gravações em áudio e/ou em vídeo com narradores e *performers*, além de transcrições de trabalhos de campo. Todo conteúdo é disponibilizado gratuitamente por meio de um portal *online*¹², de forma a compor um panorama diversificado da produção artística e acadêmica em torno da oralidade. Com um importante detalhe: a alimentação do site é descentralizada, isto é, múltiplos agentes podem sugerir e postar informações, o que constitui um retrato da poesia oral a partir de múltiplos olhares e em seus vários rizomas (FERNANDES, 2012, p. 154).

Vale destacar que emprego do termo “cartografia” no título perfilha o projeto à abordagem teórico-metodológica proposta por Deleuze e Guatarri, delineada em *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*, de 2009, que reconhece a existência de mais de um ponto de vista ou “entradas” possíveis no exercício de interpretação textual, uma vez que “nenhum conhecimento se origina de uma área em específico, mas é apropriado por ela, logo uma teoria literária não deixa de ser, também, histórica, antropológica, sociológica, filosófica, semiótica e linguística” (FERNANDES, 2012, p. 142).

A perspectiva cartográfica é baseada na visão sincrônica da história cultural, sob um viés constelar e simultâneo, em que o passado é compreendido como existência de forças que emergem no presente, muitas vezes de forma ambígua e concorrencial, sem uma sucessão retilínea e obrigatória. Frederico Fernandes (2012, p. 149) esclarece que o enfoque cartográfico rebela-se contra a convencional “lógica arbórea”, que apregoa uma única fonte de acesso ao conhecimento e percebe a “evolução” cultural como uma sucessão de fatos consecutivos, frutos da “ordem” e do decalque, em relações de causa e efeito racionais, lineares e reconhecíveis.

¹² Disponível em: <<http://www.portaldepoeticasorais.com.br>>. O portal também disponibiliza notícias sobre eventos e produções que tenham a oralidade como mote, bem como oferece *links* para *sites* sobre o tema. O projeto é financiado com recursos do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e Fundação Araucária.

A nova abordagem, não hierárquica, permite aos pesquisadores a reinterpretção do fazer literário, colocando em xeque as fronteiras estáticas entre literatura, artes plásticas, visuais, musicais e audiovisuais, abrindo caminhos para se pensar e falar sobre interpenetraçãõ de linguagens, uma abrangência essencial à análise de *Hoje é dia de Maria*. Há a expansão do entendimento de texto literário, reconhecendo-o também nas mídias audiovisuais e digitais, “nas quais a voz, a imagem, o som, as cores, a tridimensionalidade encontram-se presentes” (FERNANDES, 2012, p. 141).

Cartograficamente, verifica-se que *Hoje é dia de Maria* mobiliza conteúdos poéticos orais, porém por meio de uma estrutura de produção e circulação massiva; constrói uma versão elogiosa das manifestações populares, mas situando-as junto a referenciais eruditos; trata da tradição, contudo, a partir de uma perspectiva contemporânea. Vertentes diversas de temas e formas de abordagem são articulados na microssérie na busca de uma síntese coerente. Seguindo o viés deleuziano, é factível pensar nos *atravessamentos* espaciais e temporais que constituem as obras e os sujeitos, na coexistência e correlaçãõ de forças. Bens culturais e indivíduos têm – temos – sempre mais de uma interface de contato e a microssérie evidencia o fato.

Mas, acima de tudo, o viés metodológico cartográfico possibilita pensar no “mapeamento” das referências presentes na microssérie como uma açãõ subjetiva, isto é, permite considerar o exercício interpretativo também como um processo de atualizaçãõ e criaçãõ de conhecimento. “Um mapa é uma questãõ de *performance*”, afirmam Deleuze e Guatarri (2009, p.22), portanto, enfrentar academicamente *Hoje é dia de Maria* é traçar caminhos novos sobre trilhas preexistentes, implica desenvolver maneiras inéditas de manusear ferramentas de análise já conhecidas e, de muitas formas, reinventar o próprio programa.

Pessoalmente, “reinvento” *Hoje é dia de Maria* a partir de quatro eixos basilares que me alicerçam como pesquisadora. Uma formaçãõ inicial em Comunicaçãõ, com ênfase nos estudos audiovisuais, sobretudo a partir do Mestrado em Comunicaçãõ e Cultura Contemporâneas, na Universidade Federal da Bahia. O Doutorado em Estudos Literários, que me permitiu transitar entre o cânone beletrista e os diálogos culturais (as duas linhas mestras de pesquisa no Doutorado em Letras/Estudos Literários da Universidade Estadual de Londrina). A participaçãõ no projeto Cartografia das Poéticas Oraais, que investiga a produçãõ midiática

massiva como um mecanismo de diálogo, produção, circulação e entendimento de textos poéticos. Mais recentemente, cito meu próprio exercício prático de realização audiovisual¹³, que me tornou mais convicta dos entrelaçamentos poéticos possíveis entre a oralidade (mesmos em seus aspectos mais tradicionais) e os meios de captação de som e imagem. O mapa que ora “performatizo” se desenha por meio desses e outros atravessamentos.

Entretanto, a despeito da minha experiência prévia em pesquisas televisivas e cinematográficas, a revisitação frequente aos episódios de *Hoje é dia de Maria* e o contato com outros eventuais espectadores da microssérie acabaram por me conduzir a caminhos inesperados. Ao longo dos três últimos anos, uma circunstância tornou-se lugar-comum em minha rotina como pesquisadora, quase um *déjà-vu*: assim que toma conhecimento do *corpus* da presente Tese, o(a) interlocutor(a) faz questão de me inteirar sobre uma determinada narrativa que lhe embalou a infância, normalmente repetida por um avô ou avó, e que a microssérie de Luiz Fernando Carvalho retratou com delicadeza nas telas. Ouço com atenção cada história, acompanho os gestos que dão ênfase ao clímax e tenho a rara chance de vislumbrar a criança que persiste na figura do(a) adulto(a) a minha frente. Porém, o detalhe crucial nessa experiência é que, quase sempre, o que me é descrito não está presente no roteiro da microssérie, sequer de forma aproximada. O grau de distanciamento entre a história oralmente reproduzida e o produto audiovisual torna impossível atribuir os casos à variabilidade de versões ou à confusão entre nomes de personagens. No início, os casos apenas me enterneciam, mas a frequência e a intensidade das lembranças/reinvenções me convenceram de que aquele era um indício de uma relação entre produto teledramatúrgico e memória do público que ultrapassava o mero engano. E, academicamente falando, coincidências, tanto quanto raridades, merecem atenção e exame.

¹³ Entre 2012 e 2013, participei da equipe técnica do documentário *Retalhos do chão, do corpo e do céu*, dirigido por Luis Henrique Mioto e Rodrigo Prado Evangelista, sobre manifestações da cultura popular em Londrina. O filme é uma realização do Cineclube Ahoramágica em parceria com a Alma-Associação Intercultural de Projetos Sociais. O patrocínio é da Prefeitura Municipal de Londrina (PROMIC) e Ministério da Cultura por meio dos Prêmios "Ponto de Memória" (IBRAM) e "Ponto de Mídia Livre" e do apoio do programa Cine+Cultura.

Em 2013 e 2014, dirigi um documentário que se encontra em fase de edição, a respeito da produção poética oral contemporânea, intitulado *Voz: poesia arfante*, com previsão de lançamento em 2014 e patrocínio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Fundação Araucária e Portal de Poéticas Oraís; apoio do Festival de Dança de Londrina e Festival dos Contadores de Histórias de Londrina.

Entretanto, é importante destacar, jamais foi meu intento conduzir uma pesquisa de recepção sobre o programa, pelo menos não o acompanhamento da recepção concreta, operada por indivíduos reais. Eu me propus a desvendar no próprio desenrolar do produto, em seus textos verbais e imagéticos, o que torna possível a conexão entre os episódios diários da microssérie e a ideia geral que os espectadores (presumidos)¹⁴ têm sobre as narrativas orais que conheceram na infância. Por “texto”, compreende-se aqui toda reunião de elementos expressivos, verbais ou não, criada como conjunto de sugestões endereçadas a um “leitor” (espectador/ouvinte) interessado em renovar a obra e desfrutar de seus efeitos. Segundo Eco (1994), o texto impõe suas próprias condições de leitura, mas deixa espaços em aberto para serem preenchidos pelo destinatário com iniciativa interpretativa.

Durante o percurso investigativo, os primeiros conceitos que serviram de pedra angular para o exame da obra foram os de transcrição e de tradução intersemiótica, dois termos muito próximos e que ocasionalmente se imiscuem. A transcrição corresponde à antiga ideia de adaptação, processo pelo qual uma história migra de um suporte a outro a partir de atividades intencionais, ou ainda, o desdobramento de uma mesma matriz narrativa por intermédio de múltiplas plataformas expressivas (HUTCHEON, 2011). Uma concepção que corresponde tanto às etapas da adaptação quanto ao produto final em si, obrigando os analistas a adotarem uma perspectiva teórica que seja ao mesmo tempo formal e “experencial” (HUTCHEON, 2011, p. 14).

Quanto à terminologia, Ilana Feldman explica a rejeição a expressões em voga até meados dos anos 1990:

não é possível falar em “adaptação” e “representação” simplesmente porque ambas as palavras, bastante retrógradas e simplórias, partem do princípio platônico de que haveria sempre um referente, um modelo a ser copiado, transposto ou mimetizado – crença que sempre pautou o primado do naturalismo e do melodrama no âmbito da produção televisiva (FELDMAN, acesso em: 10 set. 2013, p. 2).

¹⁴ “A chamada estética da recepção pressupõe um desdobramento entre a recepção propriamente dita e uma análise do *efeito estético*”, vivenciada por um receptor presumido (GOMES; PINHEIRO, 2008, p. 11-12, grifo meu), sendo este segundo o que interessa à Tese.

Transcrição parece-me, de fato, um termo apropriado para ressaltar a busca por equivalências entre meios como uma atividade inventiva, que requer profundo engajamento com o texto-fonte e demanda o desenvolvimento de soluções criativas inovadoras, que, em alguns casos, podem engrandecer a obra que serviu de inspiração.

A mudança lexical reduz o risco de depreciar sumariamente as adaptações, antes tidas como deformação, traição, vulgarização, violação ou até profanação das obras “originais”, segundo conceitos de arte ainda oriundos do Romantismo. Na melhor das perspectivas tradicionalistas e ultrajadas, tratar-se-iam apenas de releituras secundárias, eternamente condenadas a um patamar de subalternidade e inferioridade em relação às narrativas de base. Robert Stam (2005b, p. 8-12) observa que o pensamento acadêmico ocidental já deveria ter superado essa visão pejorativa de adaptação, em função do avanço proporcionado pelas ideias de intertextualidade, de Kristeva; de desconstrutivismo, de Derrida; e de morte do autor, de Foucault.

Do ponto de vista histórico, como apontam Stam (2000) e Hutcheon (2011), apenas recentemente os teóricos têm investido em modelos de análise que creditam às adaptações *status* artístico. Sob a nova perspectiva, a mudança de suportes imporia, obrigatoriamente, a recriação textual (seja imagética, verbal ou sonora), de maneira a transmutar o enredo primaz, ora simplificando, ora complexificando personagens e situações, a depender das peculiaridades da plataforma tecnológica escolhida e das opções criativas de cada novo realizador. A versão mais atual seria uma *outra obra*, situada no mesmo degrau de relevância de sua fonte.

Os defensores da ideia de tradução intersemiótica também intencionam desierarquizar a relação entre narrativa e releitura. Neste segundo caso, a diferença em relação aos que falam de transcrição está no grau de interesse destinado ao trânsito sígnico entre meios e às peculiaridades de cada mídia. Por esse viés, é preciso entender como a palavra suscita um movimento a partir do som, como as cores se organizam através de formas, de que maneira a imagem sugere um ruído, etc. (PEREIRA, 2009, p. 37). Segundo Júlio Plaza (2003, p.19), o próprio pensamento humano já é intersemiótico, uma vez que é formulado em signos e sempre necessita de uma linguagem para ser exteriorizado; o simples ato da fala já

seria uma tradução entre ideia e realização verbal. Como explica Linda Hutcheon, ao abordar a tradução intersemiótica em meios massivos,

a materialidade envolvida na mídia e no modo de engajamento da adaptação – o tipo de impressão do livro, o tamanho da tela da televisão, a plataforma na qual um jogo é jogado – é parte do contexto de recepção e, muitas vezes, também do contexto de criação (HUTCHEON, 2011, p. 193).

É ponto pacífico concluir que *Hoje é dia de Maria* representa um exemplo de transcrição e de tradução intersemiótica, até por sua condição explícita de obra inspirada em contos populares. No entanto, os trabalhos acadêmicos publicados sobre a microssérie enfatizam a multiplicidade de matrizes que serviram de base para obra, evitando a todo custo estabelecer uma correspondência direta entre conto popular/fonte e sua respectiva nova versão na microssérie, negando o ponto-a-ponto exato entre eles. A única exceção aparente seria a pesquisa de Myriam Pessoa Nogueira (2009), cujo objetivo é “rastrear as fontes autorais” que originaram o roteiro da microssérie, publicado em livro. Todavia, mesmo a referida analista escapa à equivalência sumária, frisando que, além dos contos-matriz, cada segmento do programa apresenta referências oriundas de festas populares, adivinhas, contos de fadas, lendas indígenas, ditos populares, etc., ou seja, de um amplo contexto:

O roteiro de *Hoje é dia de Maria* não foi construído a partir de uma adaptação de uma obra apenas, mas de um processo de reciclagem cultural (KLUCINSKAS, MOSER, 2007), presente na estilização feita pelos autores da microssérie, adaptando à realidade e à cultura nacionais elementos da cultura universal, e, ao mesmo tempo, resgatando da oralidade popular outros elementos, tidos como folclóricos, e consagrando-os num padrão considerado elitista dentro da TV brasileira (NOGUEIRA, 2009, p. 13).

Fábio Nakagawa (2005, p. 6) também concorda que a microssérie de fato se refere a um universo mais amplo que o dos contos específicos. Segundo o autor, nem todo fragmento de *Hoje é dia de Maria* é obrigatoriamente um índice de determinada história; certos trechos não se conectam a qualquer conto em particular, mas “funcionam como índices de uma meta-narrativa”.

Da história restrita para o contexto. Do passo-a-passo do conto para reconstituição do ambiente e das circunstâncias de transmissão. Na transposição do

universo oral para a teledramaturgia, *Hoje é dia de Maria* investe nos produtos das poéticas orais em sentido tradicional (no caso, os contos populares), mas também estabelece vínculos com a *lógica norteadora* da produção e circulação oralizada. Portanto, o programa lida não como uma, mas com duas faces do processo poético performático, instâncias muito próximas e que às vezes parecem se confundir: as poéticas orais e a cultura oral.

A cultura oral parte de um pressuposto básico, detalhado por Walter Ong em *Oralidade e Cultura Escrita* (1998), segundo o qual a linguagem motiva não somente a forma de expressão mas também a estrutura do pensamento. Se o sujeito está imerso em um ambiente onde predomina a oralidade, seu modo de organizar as ideias tende a seguir mecanismos condizentes com a produção, circulação e consumo de bens orais (tal como as sociedades grafocêntricas formam indivíduos cuja elaboração cognitiva é harmônica aos padrões escritos).

Carlo Ginzburg, no instigante *O queijo e os vermes* (1987) foi particularmente feliz em demonstrar o impacto da cultura oral sobre as formas de apreensão do mundo, tomando como mote a trágica história do moleiro Menocchio, que, no século XVI, mesmo alfabetizado, lia os conteúdos dos poucos livros disponíveis através das lentes da oralidade, subvertendo o sentido proposto nas obras. Perseguido mais de uma vez pela implacável inquisição italiana, Menocchio personificou o “peso incalculável que separa a linguagem gesticulada, murmurada, gritada, da cultura oral, da linguagem da cultura escrita, desprovida de entonação e cristalizada nas páginas dos livros” (GINZBURG, 1987, p. 128). Para o autor, a oralidade é uma “chave de leitura”, um filtro interpretativo que o indivíduo emprega para compreender a realidade em torno, muitas vezes mais importante que a própria fonte da informação (GINZBURG, 1987, p. 89).

Apesar de ser historicamente anterior e mais longeva que as técnicas de escrita, a cultura oral não deve ser compreendida do ponto de vista do evolucionismo antropológico, isto é, como uma fase “pré-literária” e, portanto, arcaica e obsoleta frente ao advento e a expansão da escrita, mas “como uma alternativa às linearidades temporais impostas a todo o conjunto genérico das culturas e sociedades ágrafas ou não modernas”, como defende Pedro Cesarino (1987, p. 135). Até porque a oralidade não foi engolida pela cultura escrita, ambas coexistem de forma relacional e dinâmica, sendo ressignificadas a cada emergência de novas

tecnologias comunicacionais, em um processo ininterrupto de individualização e complementariedade a partir do confronto cotidiano.

Em termos de produção, Eric Havelock (1995) enfatiza a recitação e a metrificação da poesia falada/cantada como os pilares da composição oral, já Mircea Eliade (1972) foca sua atenção no caráter dramático das narrativas como o grande pilar da oralidade, uma vez que o alto teor emotivo, potencializado pela música e pelos aspectos ritualísticos da transmissão, seriam os verdadeiros responsáveis pela sobrevivência das histórias em um contexto em que a memória é grande mecanismo de salvaguarda textual. Uma ideia sintetizada por Pedro Cesarino (2011) como *a apreensão poética do real*, clássica nas comunidades interpretativas orais, como a que o autor se dedica, dos índios marubos.

Jean-Noël Pelen (2001), por sua vez, acredita que uma das grandes marcas distintivas da cultura oral é a não separação entre a experiência rotineira – o trabalho, o lazer, a convivência doméstica – e a artística, sem a instituição de espaços consagrados exclusivamente para fruição estética. A cultura oral seria o domínio da inextricabilidade entre vida e arte.

Mas se a cultura oral é o contexto, há que se pensar em suas formas de manifestação específicas. As circunstâncias gerais constituem a rede interpretativa e a chave de leitura que permitem a interação entre os indivíduos imersos no contexto oral e o mundo. Já as poéticas orais são as expressões sonoras concretas desses sujeitos, manifestações estéticas derivadas do uso consciente das qualidades materiais da voz, enumeradas por Zumthor (2005, p. 62) como o tom, o timbre, o alcance, a altura e o registro. As artes verbais orais – cantadas ou faladas, em prosa ou verso – articulam seus elementos de composição segundo modos de codificação próprios, exigindo alta competência mnemotécnica e elevada capacidade de improviso. Sem a vinculação obrigatória da palavra ao registro escrito, as manifestações poéticas orais apresentam como propriedade capital seu poder adaptativo frente às circunstâncias, fazendo emergir o sentido a partir de condições de contato e da reciprocidade entre *performers* e público.

Em seu formato tradicional, vinculado a comunidades interpretativas iletradas, as poéticas orais refletem e constroem o sentido de pertencimento, memória e estabilidade espaciotemporal, sob a forma de lendas, provérbios, contos populares, histórias de fadas, repentes, cantigas, desafios, causos, etc. Nas sociedades urbanas e contemporâneas, imersas no fluxo impresso, audiovisual e

digital das múltiplas mídias, a oralidade em poesia é percebida também nas rimas dos *rappers*, na cena interartística do *hip hop*, nas exposições verbovocovisuais interativas, nos ecos das vanguardas do século XX (mais vivas que nunca entre seus herdeiros), etc.

É fácil reconhecer que essas últimas expressões são francamente ignoradas em *Hoje é dia de Maria*, cuja ênfase recai exclusivamente na poesia oral em formatos convencionais, como será visto ao longo da Tese.

Por ora, interessa pensar que os processos de transcrição presentes no programa articulam, simultaneamente, a conversão audiovisual dos contos populares e da *cultura oral* em que eles florescem. Certas particularidades de cada narrativa ou fragmentos de história são mantidos, porém mais fortemente cintila a ambientação produzida, porque é na complexa geração de um *mundo* popular, oral, maravilhoso, fabular e metafórico que reside a força da obra.

Reconhecendo a competência do produto em efetuar essa macro-operação transcriativa, jamais, em tempo algum, pode-se perder de vista o fato de *Hoje é dia de Maria* ser um artefato midiático e seu conteúdo, peremptoriamente, constituir-se uma *versão* da cultura popular tradicional e não um subproduto direto de seus agentes. Cabe neste momento uma definição fundamental para a condução da Tese, o conceito de etnotexto.

De acordo com Jean-Noël Pelen (2001), etnotextos são os discursos que uma comunidade desenvolve sobre si mesma, em processos de legitimação vinculados à autoria coletiva. Fala-se aqui das histórias contadas pelos “antigos”, marcadas pelos vincos da ancestralidade, herdadas pelos jovens na rotina dos dias comuns. Com o tempo, as tramas se tornam instrumentos para que grupos sociais construam laços, instituem identidades, preservem e/ou transformem normas de conduta, sem necessariamente constituir-se apenas de conteúdo verbal - a gestualidade, a indumentária e as instâncias relacionais entre os membros de uma comunidade, sobretudo em situações de *performance*, são exemplos da complexidade dos etnotextos.

No caso da microssérie televisiva, faz-se mister destacar: *Hoje é dia de Maria* se apropria, dialoga e reconstrói narrativas inspiradas em etnotextos, mas, em momento algum, confunde-se com eles. Trata-se de um produto midiático massivo que homenageia e se enamora da poesia oral e popular brasileira tradicional, mas que não escapa das imposições técnicas e comerciais do sistema

industrial em que está inserido. E, mesmo considerando os meios audiovisuais como veículos de expressão performática, eles se enquadrariam não mais nos pressupostos da cultura oral primária (referente às comunidades ágrafas), mas de uma segunda oralidade, definida por Walter Ong (1998) como um contexto em que a voz se vincula aos meios eletrônicos de comunicação – em que, hoje, poder-se-ia também incluir o aparato digital.

Na esteira de Ong, José Milton de Almeida (1994) observa a inclusão obrigatória da imagem na composição do que ele chama de “nova cultura oral”, resultante da mídiatização crescente das sociedades ocidentais. Segundo o autor, se antes as palavras, a gestualidade, a entonação e o jogo de intencionalidades eram transmitidos essencialmente por meio do discurso oral, agora eles se adaptam ao tempo-espaço dos meios audiovisuais massivos, sobretudo aos moldes televisivos, devido ao seu gigantesco poder de penetração junto ao grande público (ALMEIDA, 1994, p. 16).

Em consonância com José Milton de Almeida, Denise Siqueira (1999, p. 71) acrescenta que a TV também nutre a nova cultura oral por meio da ritualização da grade de programas, com base na repetição dos procedimentos de veiculação, na convencionalidade dos conteúdos e na redundância das atrações. De certa forma, poder-se-ia incluir nessa listagem a consolidação das ficções seriadas como outro fato relevante.

Hoje é dia de Maria, portanto, é um produto que transcria e rende homenagens à produção poética oral e à cultura oral tradicionais, porém a partir de mecanismos da segunda oralidade, já transformada, mídiatizada, com amplas conexões tecnológicas globais, destinada a um público familiarizado à complexa malha comunicacional contemporânea, aos meandros da linguagem audiovisual e às *performances* concebidas especificamente para veiculação em larga escala.

Chega-se assim a uma questão capital: como os realizadores atuais podem “traduzir” os contextos narrativos orais tradicionais para um espectador que já naturalizou procedimentos multimidiáticos? Ou ainda, como transcriar elementos da cultura oral primária para sujeitos da segunda cultura oral?

Acredito que em *Hoje é dia de Maria*, a resposta reside em uma série de procedimentos tecnoestéticos que aproximam o produto teledramatúrgico de técnicas de condensação persuasivas – propagandísticas – capazes de sintetizar o intrincado mundo da oralidade pré-midiática em uma versão compatível com as

referências e expectativas do público contemporâneo. A microssérie seria um exemplo de “programa-propaganda”, isto é, uma iniciativa audiovisual, de tendências ficcionais ou documentaristas, com um forte viés suasório (a partir do conceito de propaganda procedente da Comunicação e da Antropologia do Consumo), estruturada em longos formatos, ou seja, de curtas-metragens a séries completas. Em tais produtos, observa-se a coexistência de estratégias de difusão massiva com expedientes teledramatúrgicos ou cinematográficos, constituindo uma propaganda expandida de caráter híbrido.

Em *Hoje é dia de Maria*, para que o discurso persuasivo seja eficiente, exclui-se boa parte das histórias e situações que não mais sensibilizam o espectador de agora, enquanto priorizam-se fragmentos narrativos concisos, de alto teor semântico, que comportam mensagens ainda atraentes ao público atual. Trata-se de um jogo de seleção, exclusão e síntese que mobiliza histórias seculares, porém em formatos hodiernos, adaptados ao ritmo acelerado das produções audiovisuais (mesmo que elas aparentemente recriem um tempo mais lento, contemplativo e mágico de um passado impreciso).

Ao afastar-se das adaptações em sentido restrito, preocupadas em retratar o mais “fielmente” possível cada evento contido nos contos populares, *Hoje é dia de Maria* esboça sua própria versão do mundo pré-industrial, escolhendo e transformando somente o que interessa, como uma caricatura poética que enfatiza os aspectos marcantes de um rosto, intencionalmente apagando outros traços que também compõem a fisionomia de uma face. Nesse sentido, a microssérie se configura como uma modalidade particular de propaganda das poéticas orais e da cultura oral tradicionais, um discurso de exaltação dos etnotextos e dos valores comunitários, a flertar com referências narrativas residuais e direcionado a um dado perfil de espectador.

A hipótese que ora se apresenta na Tese é de que *Hoje é dia de Maria* se estrutura como uma atração transcriativa propagandística por meio de cinco principais procedimentos, a serem discutidos ao longo da pesquisa: a atribuição de visualidade/materialidade aos temas; o estabelecimento do público-alvo; a formação de parâmetros classificatórios; a efetivação do recorte contextual; e a adoção de duas tendências emergentes no âmbito da difusão massiva, os discursos contraintuitivos e o reforço.

A visualidade corresponde à atribuição de materialidade cênica aos temas, personagens e contextos tratados, de forma a tornar a microssérie uma versão imagética da experiência oralizada. Uma demanda peculiar da exposição audiovisual – a de “ser visto” – que se constitui condição *sine qua non* para o tratamento teledramatúrgico da temática do programa. Só que essa materialização segue critérios peculiares em *Hoje é dia de Maria*, condizentes com a “tradução” construída em torno da cultura oral e com o espectador presumido, de forma a tornar a mensagem inteligível, atraente e impactante.

O segundo foco de atenção evidencia como a formação da visualidade cênica torna a microssérie um discurso propagandista por meio de estratégias de classificação de consumo, com correspondência entre determinados bens culturais e perfis de espectadores. Everardo Rocha (1990; 2006) afirma que ao “humanizar” a produção, a publicidade e a propaganda oferecem nomes (marcas), criam histórias, atribuem valores e sentidos a objetos e causas sociais difundidos midiaticamente. Assim procedendo, estabelecem “identidades” aos produtos, de maneira a promover primeiro a curiosidade, depois a admiração e em seguida a adesão de uma parcela do público aos conceitos expostos na tela. Relações que extrapolam o nível prático da aquisição, vinculando o consumo à esfera do prazer, como acreditam os pesquisadores da Escola Popular de Comunicação Crítica:

as escolhas por determinadas marcas ou produtos se sofisticam a ponto de nós mesmos inventarmos as razões afetivas que nos ligam a elas. Já não somos apenas consumidores escravizados pela propaganda, mas cidadãos interessados nas emoções das quais podemos nos apropriar para incrementar a vida (ESPOCC, p. 3-4, acesso em: 20 mar. 2014).

Porém, a relação afetiva com bens materiais ou imateriais não se concretiza junto à totalidade do público, somente entre aqueles que se identificam com os conceitos propostos na tela, o chamado público-alvo, formado por espectadores que se reconhecem no modelo de consumidor/fruidor que cada atração constrói em seu interior. Boa parte da atuação da publicidade e propaganda, em formatos convencionais ou não, consiste exatamente em propor relações simbólicas entre tipos de produtos e modalidades de consumidores, tanto inspirando vínculos, quanto interditando laços. Segundo Henrique Mazetti, ao oferecer sistemas classificatórios,

a publicidade não apenas reflete uma realidade social preexistente, mas participa ativamente da construção dessa mesma realidade, difundindo e fortalecendo certos regimes de verdade e silenciando outros discursos (MAZETTI, 2011a, p. 5).

Hoje é dia de Maria adota procedimentos de categorização que associam o conteúdo do programa a um perfil de espectador específico, identificado no mercado televisivo como integrante do público A-B, com elevadas exigências em termos técnicos e temáticos. Acredito que tal relação seja construída por meio do intercruzamento entre: a) uma versão “bem comportada” dos contos populares (que exclui boa parte dos improvisos e repetições da cultura oral tradicional); b) a promessa de experimentalismo na linguagem audiovisual, que atende a expectativas acima do padrão teledramatúrgico das telenovelas e pode atrair um espectador de capital cultural erudito; c) o encontro com o público cativo das microsséries, já fidelizado no que tange à qualidade das ficções seriadas de curta duração; d) a compreensão da proposta tecnoestética de Luiz Fernando Carvalho, ainda que tal entendimento se observe em níveis leigos, sem que a audiência domine a terminologia dos procedimentos cinematográficos que o diretor adota ao longo do programa.

Nesse sentido, o programa propõe a (re)valorização das poéticas orais em sentido tradicional e das atividades produtivas populares (como o trabalho artesanal), posicionando-os em um patamar hierarquicamente privilegiado na “escala cultural”, ao compará-los com produtos e formatos consagrados, em muitos aspectos, elitistas. *Maria* anda de pés descalços, mas caminha ao som de Villalobos. O sítio da família é precário, porém inspirado nas pinceladas de Portinari. O pai da protagonista usa normalmente o vocabulário sertanejo, entretanto sua versão definitiva, apresentada às vésperas da morte, tem inspiração clássica. O programa é televisivo, todavia emprega artifícios similares aos do cinema de autor. A temática é dita popular, contudo o horário de exibição tardio não é compatível com os espaços usualmente reservados a uma audiência menos abastada. Sob uma aparente singeleza de conteúdo, reside um elaborado jogo intertextual.

Vê-se, portanto, uma tentativa de situar as poéticas orais e a cultura oral tradicionais em um lugar de destaque por aproximá-las a referências associadas a um elevado capital cultural, ao mesmo tempo em que se percebe, por tabela, também uma valorização do espectador do programa, exatamente como a propaganda e a publicidade propõem em anúncios midiáticos. Campanhas de

divulgação dizem sobre produtos, assim como o consumo de bens diz sobre quem os escolhe.

A esse respeito, apresento um exemplo que não é teledramatúrgico, mas que pode ilustrar a questão. Entre 2012 e 2013, entrou em circulação uma elegante linha de bolsas femininas que reproduziam capas de livros, as chamadas *book clutches*. Nesse encontro entre moda e mercado editorial, as usuárias escolhiam modelos que reproduziam suas obras favoritas (ou que elas apresentavam como se fossem). Peças das marcas mais cobiçadas chegavam a alcançar o valor de R\$ 3 mil a unidade, enquanto as menos conhecidas custavam em torno de R\$ 300,00. Celebidades e aficionados por literatura desfilavam alusões a Cervantes, Nabokov, Hemingway ou Shakespeare, por um lado comprovando a popularidade desses autores junto a uma minoria economicamente privilegiada, por outro, informando publicamente as possíveis preferências dos consumidores-leitores. As *book clutches* são indícios interessantes dos tipos de apropriação do mercado fashionista e também de como os compradores desejam ser categorizados, julgados e compreendidos a partir de seus hábitos de compra. Consumir um produto, de vestuário (bolsa), cultural (livro) ou de qualquer outra espécie, funciona como propaganda do consumidor, uma forma de “divulgar-se” ao mundo.

Transportem-se as observações do exemplo para o objeto de estudo. Como propaganda da cultura oral, *Hoje é dia de Maria* classifica como notáveis as poéticas orais, bem como qualifica seu espectador em um patamar diferenciado de audiência. Em um ato recíproco, afirmar-se como integrante do público da microssérie também representa a posse de um bom repertório cultural por parte de quem assiste à atração, trata-se de assumir a posição de alguém capaz de reconhecer a qualidade da produção popular e identificar os ecos das obras clássicas presentes na microssérie. Nasce do programa televisivo a iniciativa classificatória, posto que ele se configura como uma instância de diferenciação e distinção cultural, porém, como em toda propaganda, depende também do público a moeda de troca, ou seja, escolher os elementos singulares da microssérie entre as demais ofertas midiáticas no cenário de trocas simbólicas, para usar termos bourdieuanos.

Devo ressaltar que *Hoje é dia de Maria* não é uma iniciativa isolada de valorização das poéticas e da cultura oral tradicionais. Ela está inserida em um contexto amplo de revisitação aos contos, festas, cantos e até brinquedos populares

identificados como “antigos” ou pré-industriais. Os sinais recentes de prestígio do que é considerado artesanal são percebidos nos editais públicos que contemplam projetos de cunho popular tradicional; na regravação de cantigas de roda com arranjos atípicos, inspirados no *jazz*, na *soul music* ou na bossa nova, como se escuta na coleção *Músicas daqui, ritmos do mundo*; na produção de documentários alternativos sobre cerimônias religiosas afro-brasileiras; ou nas exposições de brinquedos construídos a mão, de madeira ou pano, com ricos detalhes em bordado ou movidos a corda. Iniciativas normalmente embasadas em um sério trabalho de pesquisa e com a participação ativa de artesãos, brincantes e representantes da cultura popular tradicional, entretanto, inegavelmente endereçadas a um público para quem os artefatos não foram originalmente propostos e que fará outras leituras e usos dos conteúdos disponíveis. Se um barco de buriti¹⁵ vendido a R\$15,00 no interior da Amazônia é comercializado por um valor dez vezes superior em uma renomada loja de “brinquedos educativos” na zona nobre de uma capital brasileira, ele não será mais objeto de entretenimento de crianças ribeirinhas, irá dividir espaço com uma série de brinquedos eletrônicos, tornando-se parte do conceito de infância mais “natural”. Especulações sobre divertimentos infantis à parte, o que quero dizer é que as releituras de práticas populares tradicionais devem ser entendidas como tal, ou seja, como revisitações, às vezes mais, às vezes menos próximas de seus antigos propósitos.

Hoje é dia de Maria não foge a essa regra. Como versão de uma realidade muito mais vasta do que a minissérie pode abarcar, algo se perde e muito transforma. Reconhecer o programa como propaganda das poéticas e da cultura oral implica o exercício de identificar as marcas de recorte temático que o programa institui, seus critérios de síntese e supressão, as zonas de potencialização narrativa e a parcialidade no tratamento de personagens e motivos já bem conhecidos. Quando uma propaganda resume um contexto, ela seleciona certos conceitos-chave e os torna superlativos em relação aos demais.

Entre as escolhas temáticas identificáveis no programa, merece destaque a ênfase de *Hoje é dia de Maria* nas atividades artesanais em detrimento de tudo que é urbano e industrial, embora o programa só exista por conta dos meios audiovisuais em escala massiva para consumo de um público essencialmente

¹⁵ Ou miriti, palmeira encontrada na região Norte, donde se extrai frutos e cuja madeira é bastante empregada na construção de barcos artesanais de brinquedo.

citadino. Devo ressaltar também a atenção quase exclusiva que a microssérie reserva às narrativas e manifestações populares, porém representada em trajes, cenários, textos e caracterizações ricas, cuidadosamente elaboradas, apenas superficialmente simples, com uma moldura de embelezamento destinada a uma audiência que efetivamente não está retratada na tela, mas que, ainda assim, relaciona-se com o tema. Enfim, sob o manto espesso das poéticas e da cultura oral, eis uma propaganda sobre a cultura popular tradicional, o que inevitavelmente suscita a discussão sobre o que é popular e de que maneira um programa tecnoestético ficcional seriado pode defini-lo.

A associação do termo “propaganda” a um produto televisivo experimental, no entanto, pode ser controversa entre os espectadores e analistas da obra de Luiz Fernando Carvalho, sobretudo aqueles que contrapõem a proposta do diretor aos modelos mercadológicos das empresas televisivas. Por isso, devo delimitar em que sentidos emprego o vocábulo, salientando que, em busca de definições, não me restringi a uma só área de conhecimento.

Das pesquisas em *Marketing*, emergem as definições mais comumente encontradas nos manuais de comunicação, focadas quase exclusivamente na distinção entre publicidade e propaganda, vocábulos largamente empregados como sinônimos na fala cotidiana. Zander Silva (1976), Erbolato (1986) e Neusa DeMartíni Gomes (2003), explicam a diferença entre os termos a partir das peculiaridades de divulgação de bens tangíveis e intangíveis, com ênfase no objetivo final ambicionado pela exposição midiática em larga escala, mas acredito que seja Gilmar Santos (2005, p. 17) quem oferece o exemplo mais palpável para elucidar a diferença entre ambos.

Seguindo a linha de raciocínio do autor, parte-se da suposição de que uma organização partidária emprega veículos de comunicação de massa para difundir sua plataforma eleitoral. Se a meta for angariar novas filiações, de maneira a quantificar o êxito do produto (no caso, a aceitação ao partido) e obter lucros financeiros ou ganhos em números de representação pública, tem-se um exemplo de publicidade. Por outro lado, se a finalidade for divulgar a doutrina partidária ou mobilizar a opinião pública em prol de uma causa (por exemplo, plebiscitos pró ou contra o porte de armas), fala-se em propaganda. Neste segundo caso, o aumento de filiados pode ser um efeito colateral da propaganda, mas não o alvo da campanha (SANTOS, 2005, p. 17-19). Publicidade e propaganda podem

compartilhar um mesmo conjunto de técnicas e aparato instrumental, mas os resultados e objetivos almejados são de naturezas diversas.

Particularmente, gosto do exemplo delineado por Santos pelo fato de ele abrir margens para observação dessa delicada zona de interseção entre resultados da publicidade e da propaganda, o espaço dos “efeitos colaterais”, mencionados pelo autor, quando o saldo obtido pode ir além do planejado. No final da Tese, abordo essa possibilidade de confluência, analisando *como Hoje é dia de Maria* acumula as funções de propaganda das poéticas orais e de publicidade da emissora que a produziu.

De fato, não só na microssérie em destaque, mas em um grande número de atrações midiáticas e em investigações acadêmicas, alguns usos e conceitos cabem tanto à publicidade quanto à propaganda. Doravante na presente pesquisa, sempre que um tópico de discussão disser respeito a ambos os procedimentos de divulgação, devo me referir às duas técnicas como P&P (publicidade e propaganda), como recurso textual para facilitar a leitura e evitar a repetição contínua dos termos.

Fora dos estudos de *Marketing*, que normalmente estacionam a exploração conceitual da P&P na diferenciação entre os termos e logo em seguida enveredam na descrição de *cases* (breves relatos de campanhas exitosas ou malogradas), as demais iniciativas acadêmicas de compreensão dos fenômenos de publicização midiática usualmente exploram dois principais vieses teóricos, como explica Henrique Mazetti (2011b, p.1): a abordagem socioeconômica, que observa a P&P a partir de suas relações com o sistema capitalista; e perspectiva cultural, preocupada em situar as mensagens midiáticas como instâncias de mediação de sentidos sociais.

No primeiro caso, publicidade e propaganda de fato surgem quase como irmãs siamesas, estratégias essencialmente destinados a aquecer a engrenagem econômica, estimulando a circulação de produtos e o fluxo de bens e serviços. A propaganda, como procedimento de difusão de ideias, seria subordinada às dinâmicas de consumo material, suporte ideológico para manutenção do sistema, reduzida à retórica do capital, como afirma Maria Eduarda Rocha (2010).

A abordagem socioeconômica credita à P&P boa parte da responsabilidade pela emergência da sociedade de consumo, destacando as promessas midiáticas de “libertação dos constrangimentos promovidos pelas antigas

instituições que limitavam a individualidade e cobravam compromissos coletivos das pessoas” (MAZETTI, 2011a, p. 5). Em oposição à ética comunitária, os discursos persuasivos massivos estimulariam a existência do sujeito atomizado, consumista e alienado das estruturas de dominação social.

Embora Henrique Mazetti e Maria Eduarda Rocha não mencionem pesquisas psicológicas no *rol* das análises socioeconômicas, ressaltam a proximidade entre essas perspectivas e os estudos behavioristas. Observando as experiências teóricas e práticas de propagandas estatais durante a Segunda Guerra Mundial, nas campanhas em prol dos regimes fascistas, percebe-se as mesmas questões de base presentes nos estudos psicológicos e socioeconômicos: a crença na infalibilidade dos estratagemas publicitários, voltados ao condicionamento comportamental do público. Este último, vítima inescapável dos apelos audiovisuais.

Na outra extremidade teórica, a perspectiva cultural propõe olhares menos deterministas sobre a P&P e seus impactos sociais. Isso porque, como Everardo Rocha (2006) ressaltam, a segunda metade do século XX assistiu a avanços teórico-metodológicos que redefiniram a própria concepção de consumo e de consumidor. Logo, toda a estrutura que cerca as atividades de aquisição de bens materiais e imateriais também foi reavaliada, incluindo a propaganda.

Henrique Mazetti (2011b, p. 7) acredita que a mudança de perspectiva analítica foi ocasionada por três fatores decisivos. O primeiro, a consolidação de um novo foco de interesse histórico e historiográfico, agora voltado aos processos de sociabilidade cotidianos, à vida e às estratégias de negociação simbólica do homem comum. O segundo, a expansão dos Estudos Culturais, que questionaram o interesse acadêmico exclusivo por objetos consagrados, e voltaram sua atenção a temas antes “ilegítimos”, como os hábitos de consumo. Por fim, as pesquisas comunicacionais que levantaram dúvidas sobre o controle verticalizado dos meios de comunicação nos processos decisórios de compra. Investigações essas que privilegiaram a recepção como um espaço de criatividade, destinando atenção para o papel constitutivo da mídia na maneira como os sujeitos experimentam relações sociais fluidas e moventes.

À luz do novo cenário, prosperou a Antropologia do Consumo e autores como Mary Douglas e Baron Isherwood (2004), Everardo Rocha (1990; 2006) e Colin Campbell (2006) instituíram novos lugares de observação do fenômeno. Antes desqualificado sumariamente como alienante e conformista, o

consumo assumiu uma posição de honra nas pesquisas sobre os modos de ser e estar em sociedade. Como afirma Everardo Rocha (1990, p. 109), a apropriação de bens e ideias passa a ser compreendida como um mapa cognitivo, que orienta os sujeitos na organização de suas relações sociais; um estratagema que coaduna ações de individualização e formas de reconhecimento coletivo.

À publicidade e à propaganda caberia então o papel de mediação entre o público e as várias possibilidades de consumo, tornando inteligíveis e negociáveis as alternativas de uso de produtos e causas sociais. P&P seriam facilitadoras de posicionamentos políticos, sociais, culturais e econômicos. Portanto, longe de promover a atomização do espectador, com abolição compulsória de laços comunitários, a divulgação midiática poderia, ao contrário, robustecer vínculos de pertencimento social, favorecendo o que contemporaneamente convenciou-se chamar de “tribos urbanas”, isto é, a formação de grupos interligados por hábitos de consumo cultural, não mais conectados por proximidade geográfica ou familiar, como explica Jeder Janotti Jr (2003, p. 11-17).

Porém, esses não são processos sempre pacíficos. Frente à diversidade de produtos, serviços e causas sociais, P&P também fomentam disputas simbólicas entre grupos de consumidores, que atribuem sentidos díspares aos bens materiais e imateriais em circulação. Há quem faça uso superficial e imediato das aquisições, há quem estabeleça relações criativas e subversivas com os objetos e ideias. Publicidade e propaganda sugerem maneiras do público interagir com os produtos e modelos comportamentais disponíveis; determinados programas midiáticos com características propagandísticas, como acredito ser o caso de *Hoje é dia de Maria*, também procedem assim. A microssérie sugere uma relação respeitosa, afetiva e de reconhecimento valorativo das poéticas e da cultura oral tradicionais.

Sob esse aspecto, seria possível aproximar a fruição de programas massivos do posicionamento político militante, ainda que não partidário:

o consumo ativo de produtos midiáticos é visto como uma porta de entrada para o engajamento cívico dos indivíduos. Participar ativamente da cultura da mídia, em sociedades extremamente midiáticas, equivaleria (ou seria, ao menos, o primeiro passo) para uma participação politicamente ativa dos indivíduos (MAZETTI, 2009, p. 3).

Idealizadores e participantes da Escola Popular de Comunicação Crítica apostam nessa ideia. Eles chegaram a cunhar expressão “publicidade afirmativa”¹⁶ para designar estratégias propagandísticas sem fins estritamente comerciais, destinadas à promoção de campanhas “não competitivas, colaborativas e emancipadoras” (ESPOCC, p. 4, acesso em 20 mar. 2014). Ainda que as ferramentas de difusão midiática empregadas na Escola Popular permaneçam basicamente as mesmas da P&P convencionais, para os organizadores do movimento, as finalidades de ação modificam fundamentalmente a relação entre exposição massiva e público:

Em vez de um convite ao consumo e à ostentação, a Publicidade Afirmativa apela à vida, ao desejo, no intuito de produzir relações e ações transformadoras, criadoras de um outro mundo, baseado em princípios éticos, estéticos e políticos capazes de fortalecer noções como responsabilidade, criatividade, inovação, radicalização democrática, participação, colaboração e transformação social, econômica e cultural (ESPOCC, p. 2, acesso em: 20 mar. 2014).

Concordo com o reconhecimento do consumo midiático como forma de posicionamento social, embora considere pouco provável que somente a fruição dos programas, isolada de outras modalidades de ação, possa remodelar o cenário contemporâneo, como defendem os ativistas da ESPOCC. Além disso, friso que mesmo as atrações televisivas mais comprometidas com o bem-estar coletivo e as campanhas propagandísticas mais engajadas permanecem imersas em complexas relações econômicas entre estrutura de produção e disseminação de consumo. O mercado persiste como panorama de fundo. Portanto, ganha relevo a observação de Henrique Mazetti (2011, p. 9) de que “a intenção [dos estudos sobre consumo] não é sugerir que os anúncios publicitários sejam ingênuas manifestações simbólicas isentas de consequências políticas ou interesses econômicos”. Como bem lembra Gilmar Santos, publicidade e propaganda são conjuntos de ações “inerentes às sociedades que operam em modelos econômicos de produção intensiva” (SANTOS, 2005, p. 24). Mesmo quando a “mensagem” veiculada nos meios é voltada aos valores comunitários, como no caso de *Hoje é dia de Maria*, o modo de circulação do programa-propaganda prevê a expansão do conteúdo em progressão geométrica, o

¹⁶ Que se destaque aqui o emprego equivocado do termo “publicidade”, quando a definição claramente se vincula à propaganda.

que implica altos investimentos iniciais e expectativa de elevado retorno financeiro ou simbólico. Para a emissora responsável pela atração, há muito em jogo.

As ambiguidades inerentes ao programa, isto é, sua condição de produto ficcional seriado, transcriativo, tecnoestético, massivo, de cunho propagandístico, com temática de inspiração oral, destinado ao lucro, porém passível de consumo engajado, faz com que se pense em *Hoje é dia de Maria* não como um monólito coeso que se ajuste facilmente a um só molde analítico, e sim como um objeto que demanda mais de uma forma de abordagem e compreensão da mensagem. No caso da presente pesquisa, foi constituído um arcabouço teórico nutrido por autores da Literatura, da Comunicação e da Antropologia – em uma perspectiva interdisciplinar que dê conta de um fenômeno multifacetado.

Um exemplo dessa necessidade. Afirimo que *Hoje é dia de Maria* funciona como um tipo singular de propaganda das poéticas e da cultura oral tradicionais, entretanto, como o espectador pode notar, a microssérie não corresponde ao modelo tradicional de anúncio midiático. Em primeiro lugar por sua extensa duração, de aproximadamente oito horas no total; em segundo, por ser composta por conteúdo editorial, ou seja, ela é a atração em si, não está contida nos blocos comerciais que patrocinam um programa. Nesse caso, adentra-se uma seara ainda pouco explorada no meio acadêmico dentro e fora do Brasil, o da propaganda híbrida. Estudos recentes, como os de Denise Correa Araújo (2008) e Rogério Covaleski (2010a; 2010b) são precursores na análise da hibridização na publicidade e abrem caminhos para que se pense em sua área-irmã, a propaganda.

Canclini (1997, p. 19) define hibridação como a série de “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas objetos e práticas”. A hibridação promove a mescla entre linguagens e técnicas de origens e naturezas diversas, na geração de novos produtos de arte, informação, entretenimento e consumo, como afirma Covaleski (2010b, p. 13). No entanto, não basta que haja apenas a justaposição ou contato entre áreas diferentes de produção cultural, “o hibridismo não é um simples acúmulo de elementos, mas uma *interpenetração relacional*” (HOFF, 2006, p. 43, grifo meu). Para Covaleski (2010b, p. 30), no hibridismo observa-se “a condição de trânsito por regiões fronteiriças entre os elementos que se mesclam, podendo existir maior contundência de um perante o outro ou a completa transformação dos dois elementos de origem no terceiro, de destino”.

No âmbito da comunicação de massa, a hibridação se dá pelo “embaralhamento de fronteiras de áreas presumivelmente distintas da cultura midiática, informação e entretenimento” (GOMES, 2008, p. 2), com forte destaque para esse último. Itania Gomes (2009, p. 1) chega a classificar o entretenimento como um “valor das sociedades ocidentais contemporâneas”, mas organizado como indústria. Na publicidade híbrida, usualmente promove-se o entretenimento ao incorporar estratégias narrativas ficcionais às peças de divulgação, em especial nas mídias televisivas e *online* (COVALESKI, 2010b, p. 147). Acredito que, no caso de *Hoje é dia de Maria*, o processo se dê em sentido inverso, ou seja, a partir da incorporação da lógica de divulgação (recursos e objetivos da publicidade e propaganda) em compostos comunicacionais ficcionais, como se verá ao longo da Tese.

Como se pode supor, os fenômenos de hibridação audiovisuais não são exclusividade da microssérie em análise. Eles são reflexos da complexificação e sofisticação do que Hertz de Camargo (2013, p. 28, 126) define como cultura midiática, isto é, um “ecossistema” de produção e consumo que promove o contato e o intercâmbio cada vez mais intenso entre formas expressivas. A linguagem televisiva se enreda com a publicitária, que, por sua vez, dialoga com as artes plásticas, alimenta-se da dança e apropria-se da música. Programas tendem a parecer-se com peças publicitárias ampliadas, anúncios ganham feições cinematográficas, games continuam narrativas literárias, instalações dão vida à peças teatrais... um contexto descrito por Lears (1994, p. 3) como de “conversação cultural multivocal”.

Refletindo sobre a programação televisiva neste emaranhado de influências, Arlindo Machado prefere qualificar as campanhas de P&P simplesmente como “produtos televisuais”, partindo do pressuposto que os anúncios são pensados dentro da grade geral, assim como os programas são formulados em blocos, já prevendo os intervalos comerciais. Para o autor, é na junção de ambos que a televisão se consolida e é na influência mútua que as linguagens evoluem (MACHADO, 2005, p. 70).

As palavras de Machado permitem entrever a aceleração de um fenômeno que nasce concomitantemente à própria comunicação de massa, a transposição da P&P a campos que, teoricamente, não são seus. Vê-se o fato, por exemplo, nos manifestos artísticos que deflagraram e popularizaram os ideais

vanguardistas da primeira metade do século XX. É comum a associação de seu tom enérgico, panfletário, por vezes explosivo, à velocidade estonteante do maquinário fabril que acelerava o ritmo de vida das populações urbanas. Porém, parece-me igualmente verossímil vislumbrar nas frases de efeito um uso intuitivo das técnicas de composição do *slogan*; nelas, vê-se um tipo de apelo que exalta o novo sobre todas as coisas (máxima da publicidade, até mesmo quando ela propõe uma releitura da tradição); há também uma aposta em argumentos para além da racionalidade prática imediata, bem como a classificação sumária entre os consumidores de arte, um discurso que glorifica os apoiadores “visionários”, enquanto desqualifica os detratores do movimento. Os manifestos, a meu ver, incorporam e dialogam com elementos propagandistas em sua composição, gestando, de forma ainda embrionária, o que viria a eclodir anos depois em outras modalidades expressivas, inclusive em programas como *Hoje é dia de Maria*.

Mas essa escolha por analisar a microssérie em sua vertente propagandista pode ser intrigante quando se pensa em uma possibilidade correlata, a de investigar o produto como porta-voz de uma ideologia, sobretudo ante a ampla biografia dedicada aos estudos sobre o tema. Possivelmente, seria o caminho mais fácil e até esperado. Entretanto, a própria história de uso da terminologia me afasta dessa alternativa.

Desde a expansão e consolidação das teorias marxistas na academia, houve a equiparação dos conceitos de ideologia e de cultura (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 50), ambos compreendidos como fontes de dominação, indução e controle dos donos dos meios de produção sobre a classe operária. As análises e explicações em torno dos bens culturais, nesse caso, contemplam apenas o patamar econômico, de produção e reprodução do sistema, limitando as ideias de ideologia e de cultura à mistificação do *status social*, à camuflagem das relações de poder e ao mascaramento da verdade aos olhos do proletariado. Para Martín-Barbero (2009, p. 49), esse reducionismo revela a grave dificuldade da teoria marxista em reconhecer a pluralidade de matrizes culturais e as questões de alteridade, promovendo o que Roger Chartier (1995, p. 179) chama de visão negativa da cultura, definida apenas pelo que ela não é, ou seja, quando os sujeitos são compreendidos somente a partir de suas dependências e carências em relação à classe dominante.

A emergência dos Estudos Culturais alterou os vieses de observação dos fenômenos sociais, a partir da defesa da “autonomia relativa” da cultura em relação às estruturas econômicas e aos processos de dominação de classes:

Existem várias forças determinantes - econômica, política e cultural - competindo e em conflito entre si, compondo aquela complexa unidade que é a sociedade. A operacionalização de um conceito expandido de cultura, isto é, que inclui as formas nas quais os rituais da vida cotidiana, instituições e práticas, ao lado das artes, são constitutivos de uma formação cultural, rompeu com um passado em que se identificava cultura apenas com artefatos (ESCOSTEGUY, 2006, p. 4).

Sob a perspectiva clássica de ideologia, atrelada ao marxismo ortodoxo, *Hoje é dia de Maria* seria apenas um artefato de controle, sinal incontestável da “domesticação” das classes populares, que emprestariam suas narrativas ao deleite de uma camada social abastada, e cuja fruição acarretaria, no máximo, em passividade apática frente aos problemas coletivos. Um tipo de crítica bastante similar a de Robert Mandrou sobre a literatura de cordel:

Essa literatura, por ele definida como ‘de evasão’, teria alimentado por séculos uma visão de mundo banhada de fatalismo e determinismo, de maravilhoso e misterioso, impedindo que seus leitores tomassem consciência da própria condição social e política – e, portanto, desempenhando, talvez conscientemente, uma função reacionária (GINZBURG, 1987, p. 18).

Entender *Hoje é dia de Maria* como um composto comunicacional interartes que possui, dentre vários outros, um caráter de propaganda, coaduna-se com a expansão da definição de cultura proposta pelos Estudos Culturais, que lidam não só com textos e representações, mas com conjuntos de práticas vividas, uma opção que reconhece o papel ativo dos sujeitos envolvidos. Como frisa Ana Carolina Escosteguy (2006, p. 4), “a noção de cultura como prática dá relevo ao sentido de ação, de agência”.

Sob a ótica dos Estudos Culturais e da Antropologia do Consumo, a microssérie pode ser analisada em um contexto que reconhece como possíveis a rejeição, apropriação e negociação do público com os bens simbólicos. Também abdica-se da certeza de propaganda como uma prática de dominação malévola de um sistema que só reproduz a opressão inescapável. Abandonar o viés da ideologia

é uma opção de pesquisa individual, mas que reflete uma tendência contemporânea coletiva e relevante, descrita por Barbero:

Durante um certo tempo o trabalho [acadêmico] consistiu em indagar como nos manipula esse discurso que, através dos meios massivos, nos faz suportar a impostura, como a ideologia penetra as mensagens, impondo-se a partir daí a lógica da dominação à comunicação [...] Mas já então – estou falando de dez anos atrás – alguns pesquisadores começaram a suspeitar daquela *imagem* do processo na qual não cabiam mais figuras além das estratégias do dominador, na qual tudo transcorria entre emissores-dominantes e receptores-dominados sem o menor indício de sedução nem resistência, e na qual, pela estrutura da mensagem, não atravessam os conflitos nem as contradições e muito menos as lutas (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.27).

Para além da ideologia, conceber *Hoje é dia de Maria* como um tipo de propaganda permite estudar um bem cultural tecnopoético, sujeito às condições de reprodutibilidade, circularidade e consumo midiáticos, relacionando-o a práticas culturais orais, sem reduzi-lo à análise maniqueísta do marxismo ortodoxo, e sim tendo-o como palco de representação de conflitos caros à sociedade dos primeiros anos do século XXI.

O conceito de propaganda aplicado na Tese, sob influência dos Estudos Culturais e oriundo das pesquisas em Comunicação e, principalmente, da Antropologia do Consumo, não provém da obra de um único autor. Ele é fruto da leitura das obras de Everardo Rocha (1990; 2006), Roberto da Matta (1981; 1990), Mary Douglas e Baron Isherwood (2004), Rogério Covaleski (2010a; 2010b), Henrique Moreira Mazetti (2008; 2009; 2011a; 2011b) e Gilmar Santos (2005), e apresenta o fenômeno de difusão midiática como a soma de pelo menos onze elementos constituintes principais.

O primeiro delinea a propaganda como um tipo de “**mapa de consumo**”, isto é, um conjunto de indicadores que permite ao público situar-se frente às diversas opções de bens materiais e imateriais disponíveis. O estabelecimento dessas balizas, explícita ou implicitamente, promove uma **classificação** dos produtos, com **atribuição de diferentes status** aos objetos, em uma escala de prestígio e legitimidade que privilegia certas práticas de consumo em detrimento de outras – uma sistematização de diferenças que se estende do produto para o usuário (em tese, também “classificável” pela propaganda). Os discursos

persuasivos midiáticos sugerem critérios valorativos de classificação a partir do **recorte e resumo** das características dos produtos; alguns poucos traços são eleitos e potencializados, enquanto outros são cuidadosamente excluídos da exposição em escala massiva. Os atributos selecionados pela/na propaganda são retirados do lugar-comum, da invisibilidade rotineira, por meio da aplicação de recursos técnicos e discursivos que aparentemente “transferem” traços humanos ao produto, eis que se vê então a **conversão do objeto em objeto social**, antropomorfizado e passível de inspirar o interesse do consumidor. A fixação de **contraste** entre as múltiplas opções de bens também é um traço definidor da propaganda, já que ela é um processo essencialmente relacional. A difusão suasória midiática também é caracterizada por seu **teor prescritivo**, isto é, por apresentar ao público modelos de comportamento e consumo que levariam, teoricamente, ao bem-viver. E se há uma faceta doutrinária na propaganda, seja de que grau for, então existem **aspectos pedagógicos e políticos** envolvidos nos discursos, uma aposta no poder simbólico, cultural e até afetivo da difusão midiática, compreendida como porta de acesso a novas concepções de mundo. Também é importante frisar que estratégias de divulgação massiva, em formato convencional ou híbrido, envolvem a explicitação dos possíveis **usos atuais e do potencial latente** dos produtos e práticas difundidos, deixando margens para releituras futuras dos conteúdos tratados. Mas tudo isso é voltado para um **público-alvo em negociação** com as mensagens midiáticas e com os bens propostos. O consumo material ou imaterial não é uma atividade destituída de crítica ou movida exclusivamente por impulso, portanto, a propaganda é um dos elementos envolvidos no amplo jogo de disputa simbólica na contemporaneidade, não a única, nem a determinante. Como frisa Gilles Lipovetsky (2000, p. 7) publicidade e propaganda são impotentes em fazer com que se deseje o indesejável, por isso é tão importante o **endereçamento** coerente da mensagem ao público-alvo, para que identifique o leitor/ouvinte/espectador mais propício a aderir ao conteúdo difundido.

Cada um desses aspectos é visto com mais atenção ao longo da pesquisa, bem com sua verificação no objeto de estudo.

Em função da natureza complexa do *corpus* e da estreita relação da microssérie com outros produtos midiáticos, optei por não realizar a separação entre capítulos exclusivamente de teoria e outros apenas com análise do objeto; reflexão e interpretação estão imbricadas em um relato acadêmico que almeja reproduzir a

própria trajetória da microssérie. Em outras palavras, como *Hoje é dia de Maria* é apresentada ao público como uma “jornada”, também a Tese assim se desenrola, dividida em três capítulos: partida – caminho – chegada.

No primeiro segmento, abordo as fontes de inspiração da microssérie e os recursos teledramatúrgicos aplicados na realização do produto, que determinam a constituição da visibilidade/materialidade dos temas, personagens e atmosfera próprias das poéticas e da cultura oral tradicionais. Também exploro aspectos específicos do primeiro episódio do programa, na tentativa de delinear o perfil de espectador associado ao produto. Se toda propaganda é voltada a um público-alvo, acredito que *Hoje é dia de Maria* constrói para si um espectador-modelo afeito ao conceito de *cult*¹⁷, especialmente pelas referências eruditas trazidas à baila. O empenho dos realizadores em prol da legitimação e do reconhecimento das narrativas populares como detentoras de méritos artísticos são fatores importantes para que a obra ganhe relevo junto a um telespectador específico e para que se atribua ao programa valor de culto midiático, de onde advém a formação de *parâmetros classificatórios* do programa e de sua audiência.

O capítulo 2 está fortemente vinculado à estrada como meio físico de transformação, destacando quais são as forças de progresso e quais os riscos do descaminho na trajetória da heroína. Ele também é voltado para a análise da conversão de etnotextos em produtos midiáticos e, neste percurso, discute-se as vantagens e riscos da transformação de elementos da cultura popular em propaganda desta mesma cultura. O objetivo é verificar como o programa efetiva operações de recorte contextual, elemento básico na constituição de mensagens propagandistas. A observação de como tal processo se materializa, conceitualmente e em termos técnicos, requer uma abordagem interdisciplinar, relacionando oralidade a gêneros e estratégias fílmicas. Este segundo capítulo esclarece qual a “mensagem” etnotextual da microssérie, bem como os procedimentos interartes aplicados às sequências.

No capítulo 3, analiso como *Hoje é dia de Maria* constrói um discurso propagandista contraintuitivo a partir de um exemplo paradigmático, a revisitação à história de Cinderela, a partir do reposicionamento social do feminino

¹⁷ Discutido a partir da página 100.

em cena. A circularidade típica da cultura oral também é analisada, porém como um tipo de reforço midiático, apropriado à divulgação massiva.

Ressalto, contudo, que o fato de uma causa ou um produto ser avaliado como um tipo de difusão televisiva em larga escala não suprime outros predicados ou classificações que porventura lhe sejam cabíveis. Afirmar que *Hoje é dia de Maria* é um tipo peculiar de propaganda audiovisual em momento algum rivaliza com outras leituras e possibilidades investigativas, muito pelo contrário. Ao longo da tese, cito, comento, ratifico e, em vários casos, incorporo interpretações de vários pesquisadores acerca do programa, compreendendo que o potencial propagandístico é um apenas um dentre vários atributos do objeto. Por isso o uso da primeira pessoa do singular ao longo da Tese, com o intuito de escapar à simulação de verdade já legitimada, decorrente do tom impessoal. O “eu” parece-me a melhor ferramenta de evidenciação de um recorte parcial e pessoal de uma dada realidade midiática, alvo de muitos outros pontos de observação.

Não é simples refazer o percurso gerativo de sentido das narrativas complexas na contemporaneidade, como ressalta Covaleski (2010b, p.18). Nos produtos marcados pelo hibridismo e pelas interseções tecnoestéticas, menos ainda, eles continuamente nos lembram da impossibilidade de esgotar os bens culturais. Portanto, cabe lembrar que este, como qualquer outro exercício de reflexão acadêmica, é fruto das leituras selecionadas, das disciplinas concluídas, dos autores privilegiados e até daqueles rechaçados. Como a própria microssérie, também uma Tese é apenas uma *versão*, fragmento ficcional de um universo muito mais rico e complexo do que o(a) analista é capaz de abranger.

2 PARTIDA

rio: o ir

(Arnaldo Antunes)

2.1 NOS BASTIDORES DA SENDA

ENTRE A IDEIA E A REALIZAÇÃO. CASCUDO E ROMERO: INSPIRAÇÃO ORAL, CAPTURA ESCRITA.

Durante a campanha promocional de lançamento da microssérie televisiva global *Hoje é dia de Maria*, o diretor Luiz Fernando Carvalho concedeu uma série de entrevistas, descrevendo o requinte técnico da produção e o esmero das filmagens. Em uma delas, revelou ao enviado especial do jornal *Folha de São Paulo*, jornalista Valmir Santos, de onde surgiram as sementes do projeto:

Há uns 15 anos, tive a oportunidade de ler pela primeira vez os contos retirados da oralidade popular brasileira, recolhidos não só pelo Câmara Cascudo mas Silvio Romero, entre outros. Fiquei impressionado com as características de pequenos mitos. Convidei o Soffredini para estruturar dramaticamente. Era uma pequena aproximação, um guia, que poderia ser tanto para televisão quanto para cinema. Primeiramente, pensei na televisão que, com sua abrangência, seria a única capaz de devolver ao povo suas fábulas encenadas. É como se um ciclo se fechasse com mais perfeição (CARVALHO *apud* SANTOS, 2005, p.1).

O dramaturgo citado na entrevista era o autor e realizador teatral Carlos Alberto Soffredini e a “encomenda” tratava-se do texto para um especial televisivo, com duração total de uma hora e meia, sem mais episódios. Soffredini era reconhecido no meio artístico pelo extenso currículo dedicado às formas cênicas populares e ao estudo dialetal campesino, como frisam Marques e Vidal (2005, p.6), ou seja, desde seu nascedouro, *Hoje é dia de Maria* já flertava com a linguagem teatral, com os trejeitos circenses e com a caracterização de personagens como tipos.

Mas quando o projeto foi proposto para veiculação na grade de programação de 1995, a direção da Rede Globo abortou a produção do especial. Os motivos para o veto nunca foram oficialmente divulgados, o que gerou especulações em torno dos altos custos de realização. Somente uma década depois, *Hoje é dia de Maria* viria à luz, em 11 de janeiro de 2005, em meio às efemérides dos 40 anos da emissora.

Entre o primeiro roteiro proposto e a versão definitiva que foi ao ar, as mudanças foram extensas. A primeira foi motivada pela ausência de Carlos Alberto Soffredini, falecido em 2001. Quando Luiz Fernando Carvalho retomou o projeto, não mais como especial, porém como microssérie, foi a própria filha do dramaturgo quem sugeriu o nome de um substituto para o pai, um autor que compreendia bem os meandros e nuances do texto de Soffredini. Foi assim que Luís Alberto de Abreu assumiu a coautoria do roteiro, ao lado de Carvalho, a partir da versão original.

A segunda alteração diz respeito à própria trajetória de Luiz Fernando Carvalho. Em 1995, ele era um jovem diretor de TV que começara como assistente de direção em adaptações de grandes clássicos da literatura brasileira, como *O tempo e o vento* e *Grande sertão: veredas*, gradativamente assumindo a responsabilidade geral por projetos de grande porte, a exemplo dos especiais de final de ano da Rede Globo e telenovelas da faixa das 21h (carros-chefes da emissora). Sua única experiência na direção cinematográfica fora em um curta metragem de 1986, intitulado *A espera*, que passou despercebido pelo grande público, apesar da boa recepção da crítica especializada.

Já em 2005, quando *Hoje é dia de Maria* foi ao ar, o cenário era outro. Além de ter enriquecido seu currículo no âmbito televisivo, Carvalho colhia os frutos pelo longa-metragem *Lavoura Arcaica* (2001), inspirado na obra de Raduan Nassar. O filme lhe rendeu nada menos que 52 premiações nacionais e internacionais, tornando-se um ponto de virada indelével no percurso artístico do diretor. O longa consolidou a inclinação de Carvalho para projetos que fugiam da linha de montagem televisiva e requeriam um tempo diferenciado de pesquisa, produção e depuração dos produtos. *Lavoura Arcaica* também surpreendeu uma parcela considerável de leitores, que acreditava ser impraticável a conversão da linguagem rebuscada e hermética de Nassar para as telas.

Entre o que seria *Hoje é dia de Maria* em 1995 e a microssérie que se efetivou em 2005, há que se destacar também o salto tecnológico propiciado pelos aparatos digitais de alta resolução, que tornaram o programa uma espécie de balão de ensaios para mudanças que só posterior e paulatinamente foram aplicadas em outros programas da grade televisiva. Pela primeira vez na América Latina, usava-se uma câmera Viper, que permitia a aproximação da imagem televisiva ao padrão qualitativo da película, um tipo de equipamento em HD Super (*high definition*)

capaz de registrar a luz baixa (PIZA, 2004, p.2). Somente seis anos mais tarde, a Rede Globo introduziria câmeras digitais similares, as F35, como equipamento padrão em produções de longa duração, a partir da telenovela *Cordel encantado*, em 2011. Segundo Brittos e Simões (2009, p.3), as duas jornadas de *Hoje é dia de Maria* inauguraram a tendência de sofisticação de registro de uma forma segura, devido a curta duração dos programas e por serem direcionadas a um público segmentado e mais adepto à experimentação de formatos. Caso houvesse rejeição da audiência à textura imagética mais próxima do cinema, os prejuízos não seriam tão extensos quanto no caso das telenovelas.

A combinação desses três fatores foi crucial para compor a narrativa que se desenrola ao longo de oito episódios, cada um com aproximadamente 55 minutos de exibição¹⁸. Nas telas, desenha-se a trajetória de uma menina com o nome próprio mais comum do Brasil e um destino invulgar, cuja caminhada é cercada pelo elã da fantasia, em uma atmosfera onírica, fabular, calcada na “nostalgia dos personagens simbólicos de nossa infância, do heroísmo maravilhoso, das cirandas, da infância e dos rituais ‘dos tempos de antanho’” (BARROS; SILVA, 2011, p. 211). E tudo partindo de um mesmo princípio norteador: os contos populares registrados nas obras de Sílvio Romero e Câmara Cascudo, como frisa sempre que possível Luiz Fernando Carvalho.

Romero e Cascudo foram dois dos mais produtivos e influentes intelectuais brasileiros dos séculos XIX e XX, respectivamente. Juntos, compuseram um conjunto bibliográfico que impressiona pelo número de obras e pela extensão de pesquisa que cada volume exigiu durante sua composição. Ambos trilharam carreiras fora do eixo hegemônico Rio-São Paulo e ajudaram no reconhecimento acadêmico das narrativas orais populares como *corpus* de pesquisa relevante para a compreensão da cultura brasileira. Em *terra brasilis*, Sílvio Romero e Câmara Cascudo foram precursores nos estudos folclóricos e na investigação da chamada literatura oral, dedicando-se à coleta e registro de narrativas que durante séculos tiveram circulação exclusivamente oralizada, com ênfase nas histórias contadas na região Nordeste, lugar de origem dos pesquisadores. O trabalho de compilação dos contos populares realizado pela dupla foi acompanhado pelo registro de manifestações de natureza bastante diversificada, compreendidas como extensões

¹⁸ Números que excluem os intervalos comerciais, correspondendo apenas à microssérie propriamente dita.

temáticas e coreográficas de uma mesma essência. Assim, provérbios, cantigas, adivinhas, facécias, contos e causos tornaram-se objetos de análise acadêmica, tanto quanto autos populares, danças dramáticas, cheganças, louvações de lapinhas, jornadas pastoris e encenações do bumba-meu-boi. Um conjunto colorido, ruidoso e enredado de histórias, danças e rezas, compreendidos como acervo patrimonial secular, prova viva do manancial criativo brasileiro.

No entanto, contemporaneamente, o trabalho de coleta, transcrição e compilação de contos de circulação oralizada encabeçado pelos dois autores é visto com ressalvas pelos pesquisadores das áreas diretamente interessadas nas narrativas orais, como os estudiosos dos campos de Literatura, História e Antropologia. Isso porque as produções romeriana e cascudiana têm como premissas concepções hoje consideradas por demais limitadoras. A primeira delas é de que as narrativas orais eram de posse restrita de comunidades estagnadas em um tempo remoto, circunscritas em lugares ermos que a modernidade pouco alcançava. Cascudo explicitamente se referia às povoações e fazendas onde a vida ainda era setecentista, mesmo que o calendário oficial registrasse as primeiras décadas do século XX:

A organização do trabalho, o horário das refeições, as roupas de casa, o vocabulário comum, os temperos e condutos alimentares, as bebidas, as festas, a criação de gado dominadora, as superstições, assombros, rezas-fortes estavam numa distância de duzentos anos para o plano atual (CASCUDO, 1984, p. 15).

Ora, mas se o arcabouço narrativo oral brasileiro sobrevivia exclusivamente em rincões praticamente isolados das comodidades e tentações da vida moderna, ele estava seriamente ameaçado pelo êxodo rural, pela expansão dos meios de comunicação de massa (na época, jornais impresso e rádio) e pelas políticas de integração do território nacional, que financiavam a construção de estradas. Isso sem falar na disseminação da educação formal letrada. Sob este ponto de vista, era necessário o registro das histórias orais antes que elas sucumbissem à morte anunciada – o esquecimento. Ao homem das letras, tocado pela beleza da produção telúrica popular, caberia a missão salvacionista, quase messiânica, de cristalizar as versões que ele considerava mais “fiéis” ao espírito tradicional, registrando-as em livros, estes sim, instrumentos de imortalidade incontestes. A despeito de ressaltarem a espantosa capacidade de sobrevivência das

narrativas orais desde tempos imemoriais, Romero e Cascudo desacreditavam na possibilidade de elas resistirem a mais essa vicissitude histórica: o progresso urbano. Contraditoriamente, só pelo escrito, as gerações seguintes teriam acesso ao repertório poético oral.

O terceiro e crucial alicerce de Romero e Cascudo era a crença nos processos de “apagamento” da literatura oral, um tipo de supressão sistemática organizado em duas frentes. Da perspectiva acadêmica, a análise deveria desconsiderar o papel dos sujeitos narradores e do contexto social em que atuavam. Do ponto de vista das histórias contadas, elas deveriam também eliminar qualquer traço que permitisse identificar os personagens com pessoas específicas em lugares reconhecíveis:

O folclórico decorre da memória coletiva, indistinta e contínua (...) Para que [uma produção] seja folclórica é preciso uma certa indecisão cronológica, um espaço que dificulte a fixação no tempo (CASCUDO, 1984, p. 24).

As expressões que convencionalmente introduzem contos populares, como “era uma vez”, “no tempo em que os animais falavam” e “nos dias dos avós dos meus avós” seriam componentes dessa estratégia de indefinição fundamental, cláusula pétrea para as narrativas orais. Ferramentas tão basilares quanto o fato de ser impossível determinar autores para as histórias de ampla circulação. Sem o sujeito criador, haveria no máximo testemunhas, indivíduos capazes de dar validade corpórea a narrativas produzidas pela coletividade.

Juntos, esses três elementos – a ideia de imutabilidade da cultura popular, sua iminente ameaça de extinção pela expansão urbana e a crença na indeterminação das narrativas a despeito do papel dos sujeitos-narradores – constituem a perspectiva folclorista que marcou os primeiros estudos sobre oralidade no Brasil, com reflexos ainda hoje perceptíveis nos discursos conservacionistas em torno das manifestações populares “típicas”.

Ao longo do século XX, contudo, os baldrames de sustentação do trabalho de Romero e Cascudo foram contestados. As narrativas orais não apenas resistiram ao desenvolvimento, mas também ganharam novas possibilidades a partir das experiências urbanas, letradas e midiáticas. Como exemplo emblemático do fenômeno, destaca-se o *rap* (*rythm and poetry*), um tipo de manifestação oral de caráter poético, com fortes vínculos comunitários, baseado em modelos mnemotécnicos de repetição de padrões, porém com amplo espaço para a inovação

e o improviso. Expressão poético-musical marcada pelo engajamento político e pela denúncia contra violência direcionada aos afrodescendentes, o *rap* ganhou relevância midiática e, por meio de aparatos tecnológicos televisivos e digitais, disseminou raízes mundo afora (BENTES; FERNANDES, 2007, p. 123). Ao contrário do que supunham Romero e Cascudo, a produção poética oral e popular floresceu em meio urbano, onde o conceito de comunidade não desaparece, mas ganha outras feições e sentidos.

Já a ideia de absoluto anonimato autoral foi questionada por Zumthor (2005) e Pelen (2001) não no sentido de uma busca pelos “autores primeiros” das narrativas orais, em um passado longínquo, mas pela compreensão de que os narradores e ouvintes, a cada nova instância de contação de histórias, tornam-se coautores da trama, na medida em que a interação entre eles promove a alteração de aspectos importantes da narrativa, adaptando-os às circunstâncias de uso. Na verdade, haveria um quarteto indissociável no que tange à circulação oral: memória (coletiva) – narrador – público – contexto.

Por fim, o próprio processo de compilação dos contos populares por meio da transcrição de histórias orais foi reavaliado. Romero e Cascudo apresentavam as versões impressas das narrativas como um trabalho de audição e seleção das melhores histórias, até demarcando a existência de variantes, porém inevitavelmente estabelecendo o privilégio de alguns arranjos sobre os demais.

Hodiernamente, a passagem do oral para o escrito é compreendida de maneira mais complexa. Há que se levar em conta que a transmissão oral é caracterizada pelo contato persuasivo, direto e performático entre os interlocutores, com reelaboração textual constante devido à interação entre narrador e ouvinte, ao passo que o exercício da escrita é eminentemente solitário e menos sujeito às circunstâncias espaciais da recepção. Além disso, a oralidade tem caráter digressivo e anárquico, com mescla de estilos, figuras de linguagem e gêneros textuais; é reconhecida pela descontinuidade sintática e discursiva; sofre as intercorrências da fala (incluindo o risco de incompreensão de alguns trechos); é preenchida por pausas e silêncios; além de ser enriquecida por manifestações extralinguísticas. A escrita, por sua vez, prima pela maior coerência e coesão textuais, reduzindo repetições desnecessárias, porém raramente com êxito em reproduzir a ampla gama de nuances prosódicas e corporais do narrador oral em *performance*. Tampouco a

escrita pode acelerar ou estender sua duração conforme o grau de aceitação do receptor.

À revelia das boas intenções do escrevente, ao passar da fala para o papel, a história se transforma. As intervenções são inevitáveis e ainda sofrem a influência do reconhecimento social destinado à escrita e à oralidade nas sociedades grafocêntricas. Como destaca José Guilherme Fernandes, a autoridade aurática de cada modalidade é determinada pelas instâncias de consagração escolares e acadêmicas, que frequentemente legalizam a escrita como língua, reservando ao oral o lugar da corruptela. As histórias impressas adquirem força pela impressão de durabilidade, destinando-se à avaliação canônica “com a autoridade do que se impõe como elemento ordenador, claro que do ponto de vista hegemônico” (FERNANDES, 2010, p. 157).

Desta feita, as narrativas selecionadas por Romero e Cascudo cristalizam-se como versões “oficiais”, com esmaecimento das condições de transmissão, do talento individual dos contadores e do próprio trabalho de reescrita/reinvenção implementado pelos dois pesquisadores folcloristas – compreendidos aqui em plena e clara função autoral. Afirimo, por conseguinte, que a transcrição do oral para o escrito já é transcriçã¹⁹, o que torna *Hoje é dia de Maria* não apenas um empreendimento adaptativo audiovisual isolado, mas fruto de uma série de operações transcriativas interligadas, principiando ainda no século XIX, com as primeiras compilações de Sílvio Romero.

Compreender o programa como um herdeiro das perspectivas cascudeanas e romerianas é o primeiro passo para analisá-lo como um tipo de propaganda das poéticas e da cultura oral tradicionais, na medida em que a visão folclorista é peça-chave na estruturação propagandista da microssérie. *Hoje é dia de Maria* adere aos pressupostos de Romero e Cascudo, abraçando o sentido de permanência e tradição da cultura popular oralizada.

Para os folcloristas, os contos que inspiraram o programa são de origem popular, porém dentro de uma compreensão bem específica do termo, limitado ao estilo de vida rural, não escolarizado, semifeudal em sua estrutura econômica, regido pela religiosidade cristã ingênua, estável e tradicional. Uma concepção redutora, condenado à paralisia histórica:

¹⁹ Que se frise aqui a semelhança entre os termos, o que requer atenção especial do leitor da Tese.

parece haver uma errônea interpretação do que é popular, ao distanciá-lo dos usos da tecnologia, ou quando lhe são empregados outros paradigmas que comumente tendem a ilustrar seu conceito, tais como: de campesino ou diametralmente oposto ao canônico ou numa compreensão entre “alta” ou “baixa” cultura (FERNANDES, 2014, p. 170).

À noção folclorista de popular somam-se ainda os ideais de pobreza, bonomia e humildade, em tese, circunscritas às camadas mais baixas da pirâmide social. Uma limitação duvidosa, que estrangula as potencialidades do adjetivo “popular”, esmagado entre duas ideias asfixiantes, se levadas às últimas consequências: a de *classe social*, bandeira dos setores de esquerda; e o conceito de *massa* como coletividade manipulável, defendida pela direita (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 41).

Se, como defende Zumthor (2005, p. 80), o vocábulo não assinala um conceito fechado, mas um ponto de vista movediço, há que se pensar em popular de maneira mais abrangente do que impõem as balizas folcloristas. Primeiro, como um termo que adota sim, em vários momentos, os bônus e os encargos de designar amplas camadas da população. Segundo, como uma ideia que força os limites do reconhecimento oficial, obrigando à reflexão contínua sobre centro e margem, além da (re)definição de cânone e seus antípodas, afinal, como frisa Fernandes (2014, p.171), “o popular é relacional e se constitui no mesmo movimento das artes ‘não-populares’”. Terceiro faz-se mister entender o território do popular como um espaço de tendências em conflito, dominado por negociações e disputas identitárias concorrenciais, tanto entre forças hegemônicas e resistentes, quanto entre os próprios elementos subversivos, segundo destaca Fernanda Sabino (2009, p. 11).

Em especial, eu gostaria de destacar a relevante contribuição de Martin-Barbero ao debate, especificamente no que tange à inclusão, sem radicalismos, das manifestações urbanas e massivas no âmbito do popular. Ao reconhecer a espessa trama de hibridismos e mestiçagens ocorridas no ambiente citadino, o autor dissolve a identificação compulsória do popular como o “simples”, o “simplório”, o “natural” e tudo aquilo que seria irremediavelmente perdido em decorrência da expansão demográfica urbana (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 28; 256). Frente aos românticos, que cultuavam o popular como o relicário da autenticidade, da inocência e dos mais altos valores das nações, tal inclusão implica

descobrir no popular massivo e urbano “não uma ‘alma’ atemporal, mas as pegadas corporais da história, [...] a dinâmica histórica atravessando e fendendo o enganosamente tranquilo gerar-se da tradição” (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 42). Significa cindir a concepção de popular como um bloco idealizado, homogêneo, rural, iletrado, pobre e refratário à evolução tecnológica, para enfrentá-lo uma zona atravessamentos rizomáticos.

Hoje é dia de Maria, no entanto, rejeita o enfrentamento ambíguo e plural do universo popular, envolvendo-o no elã da pureza idealizada, da inocência campestre e singeleza infantil, com exaltação do artesanal e de tudo mais que foge à modernidade de costumes. Não que seus realizadores neguem integralmente as manifestações populares contemporâneas em suas respectivas trajetórias artísticas. O próprio Luiz Fernando Carvalho, em projetos posteriores à microssérie, abordou o popular urbano e atual, em projetos como *Subúrbia*²⁰. Mas é fato que o recorte espaciotemporal e temático específico em *Hoje é dia de Maria* prevê a abordagem dos contos populares sob uma ótica exclusivamente folclorista, condizente com os princípios cascudeanos e romerianos.

Tal filiação se concretiza por intermédio do texto encenado e também dos artifícios cênicos do programa, mais especificamente de cenários, figurinos, adereços, trilha sonora e estilo interpretativo decorrente da direção de atores. Formas de visualização/materialização da mensagem propagada por elementos tecnoestéticos audiovisuais vulgarmente tratadas como acessórios, meros panos de fundo para o conteúdo verbal, porém que se revelam essenciais em se tratando da reconstituição dos contextos de transmissão oral (quer sejam compreendidos como cenários rurais e estáticos, quer sejam vistos como urbanos).

Se *Hoje é dia de Maria* institui, como acredito que seja o caso, um recorte propagandista das poéticas e da cultura oral tradicionais, ela deve compor imagens teledramatúrgicas impactantes, capazes de resumir os aspectos fundamentais dos temas e ambientes tratados, incluindo a visão folclorista do universo popular. Uma tarefa nada simples. A transladação dos aspectos orais e

²⁰ Série teledramatúrgica produzida e exibida pela Rede Globo em novembro de 2012, com roteiro de Paulo Lins e Luiz Fernando Carvalho, direção geral deste último. A história era ambientada no Rio de Janeiro, na década de 1990, retratando a realidade das comunidades negras do subúrbio carioca. A forte ênfase na trilha sonora, composta por samba, *funk*, *soul*, pagode e música romântica, além de *black music* americana e brasileira, indica o flerte entre a série e a linguagem dos videoclipes. Os atores selecionados, em sua grande maioria, eram originários das regiões retratadas, com reduzida ou nenhuma experiência artística anterior. *Subúrbia* foi inspirada em histórias reais e propunha traçar um retrato ficcional da produção cultural e da vida na periferia.

performáticos para a tela exige mais do que atribuir faces a certos personagens, solicita a criação de um “anúncio” de estilos de vida, sensações, visões de mundo e relações humanas. Uma operação de alta complexidade, que pode parecer, em princípio, apenas vinculada aos procedimentos de transcrição, porém que também segue vieses propagandistas. A fim de ilustrar essa afirmação, apresento dois exemplos, um vinculado às poéticas orais tradicionais, no caso, os contos de fadas; e outro oriundo da esfera televisiva.

Imagem um: uma bela princesa beija um sapo atarracado. Imagem dois: o animal dá lugar um príncipe atraente. O povir fica a cargo da suposição do ouvinte ou espectador, mas quase sempre envolve o enlace bem-aventurado do casal. Em boa parte das vezes, até se dispensa a cena da metamorfose em si, já que o beijo costuma ser suficiente para transmitir a ideia de que vale a pena investir afeto no que lhe parece pouco promissor a princípio; o amor, afinal, é sempre um ato de fé.

Eu poderia dizer que esta é uma imagem-síntese do próprio sentido dos contos de fadas: a exaltação do poder da afabilidade, a confiança na capacidade de transformação do indivíduo, a coragem em enfrentar o desconhecido e a certeza da magia na resolução dos conflitos. O curioso, entretanto, é que Diana e Mário Corso, em ampla pesquisa sobre a história e a iconografia das histórias de fadas, afirmam que o que menos (ou nada) se vê nos contos orais e escritos “clássicos” é o tal beijo entre princesa e sapo. Muito pelo contrário. Versões como a dos irmãos Grimm ressaltam a ferocidade da jovem e imatura herdeira do trono contra o batráquio e atribuem a metamorfose a um ato brusco, quando o sapo é atirado contra a parede do castelo. Somente em narrativas populares mais recentes, o poder de persuasão do animal vence a aversão da princesa e um gesto de doçura substitui a violência anterior (CORSO; CORSO, 2006, p. 131). A solução encontrada por narradores da atualidade comprova que a recriação de temas orais segue viva e eficiente, também são um bom exemplo de como a imagem de uma situação pode funcionar como epítome e propaganda de todo um contexto. Basta a visualização breve do sapo e da princesa para acionarmos o repertório de histórias de reinos, bailes, heróis, mistérios e superação que os contos de fadas convidam a desvendar. Não à toa, a cena é lugar-comum nas capas de coletâneas especializadas, nas campanhas televisivas ou digitais sobre literatura infantil, nas ilustrações de revistas

femininas em reportagens sobre o pretendente ideal e até nos cartazes de comédias românticas mundialmente consumidas.

No segundo exemplo, fora da influência das fadas e enveredando pelo universo teleficcional, vale destaque a releitura do romance *Gabriela*, da pena de Jorge Amado, levada ao ar no ano de 1975 pela Rede Globo. A famosa cena em que a personagem-título escala o telhado de uma das casas para resgatar uma pipa, deixando perplexa a cidade de Ilhéus, não está em página alguma da obra impressa. Mesmo assim, muitos concordarão que as imagens da sorridente Sônia Braga empunhando a pipa, sob os aplausos e assobios da plateia masculina e das crianças, são a representação mesma da sensualidade inocente da cobiçada cabocla baiana. Isso não somente em função do enorme contingente de público que só assistiu à novela, sem jamais ter acesso ao livro, como também pela habilidade dos adaptadores²¹ em traduzir, ou melhor, transcriar o espírito da história escrita para o formato televisivo naquela breve sequência. O telhado; a pipa; o ângulo de visão que simulava a perspectiva de quem estava em terra; a vestimenta da atriz que nada exibia além das pernas, mas que insinuava tudo que o vestido encobria; as tomadas captadas do alto, que permitiam ver simultaneamente Sônia Braga e a reação dos presentes; os ruídos de júbilo... todo o conjunto, hoje, é um resumo da obra que nem mesmo a obra previu. Imagens-propaganda de um Amado que extrapolou as fronteiras do país.

Hoje é dia de Maria realiza feitos similares em relação aos contos populares e à cultura oral tradicional, de certa forma, associando os dois exemplos supramencionados. Como em *Gabriela*, a microssérie parte da transcrição de uma obra escrita (o trabalho de Romero e Cascudo), gerando sequências-epítomes dos contos populares. No entanto, para fazê-lo, a obra apoia-se em ambientações *inspiradas* na cultura oral, extratextuais, como ocorre na retratação do beijo entre princesa e sapo.

Em certos momentos, o programa alcança êxito na formulação de sequências de alta irradiação semântica, noutros nem tanto. Em qualquer dos casos, vale a pena destacar que os elementos cênicos foram mobilizados para algo que supera a simples ilustração, eles se articulam com intuito de *materializar* os contos populares em que a atração se baseia.

²¹ Texto de Walter George Durst, com direção de Walter Avancini e Gonzaga Blota.

Para explicar melhor a ideia, deve-se pensar na trajetória que antecede a constituição de *Hoje é dia de Maria*. Houve a migração de narrativas orais para o meio impresso (decorrente do trabalho de campo de Câmara Cascudo e Sílvio Romero) e, dali, para o suporte televisivo. Essa dupla operação significa que a corporeidade real da *performance* em presença foi primeiro suprimida pela abstração textual agenciada pelos compiladores, mesmo de maneira não intencional; depois ela teve de ser artificialmente recomposta, sugerida durante as filmagens e edição por meio dos mecanismos técnicos de reprodutibilidade massiva. Os aspectos físicos dos personagens, objetos e ambientes voltam à baila e readquirem relevância, ainda por meios distintos dos artifícios orais; teledramaturgicamente, os elementos constituintes da história recobram certa substância.

E, não por acaso, de todas as formas de manifestação midiática, as que mais investem no impacto da visibilidade, no poder de materialização de conceitos abstratos por intermédio de potentes recursos imagéticos e sonoros, são a publicidade e a propaganda audiovisuais. Isso não por anseios artísticos, mas por questões de ordem prática. Ambas possuem um tempo ínfimo para a conversão de ideias etéreas em cenas suficientemente convincentes, em um tempo *máximo* de 60 segundos de exibição, o que requer composições de quadro de alto desempenho persuasivo, por meio de mensagens com reduzida intervenção de conteúdos verbais.

Não afirmo aqui que outros meios comunicacionais não invistam em recursos de visibilidade/materialização de conceitos abstratos, mas insisto no gigantesco investimento financeiro, técnico e coletivo das campanhas publicitárias e propagandistas na composição de uma retórica visual em que cada *take*, cada *frame*, cada quadro é potencialmente significativo, em uma lógica em que o poder suasório tem de ser inversamente proporcional ao tempo de exibição das campanhas.

Apesar de sua relativa extensão, *Hoje é dia de Maria* segue mais a lógica publicitária de potencialização imagética que a rotina televisiva de estruturação dos conteúdos. Ao contrário da grande maioria de produções teledramatúrgicas, o processo de direção de arte da microssérie leva a extremos o preciosismo na captação das imagens, como se cada cena se convertesse em pintura, com a escolha meticulosa dos estímulos cromáticos, estudo do contraste entre elementos de cena, simulação de profundidade de campo (mesmo em um

cenário limitado), aplicação de recursos fotográficos de teor artístico e planejamento minucioso do conjunto gestual dos atores. O resultado alcançado foi a materialização da atmosfera onírica dos contos populares e a visualização de elementos constitutivos da cultura oral.

Para ilustrar a importância da materialidade na propaganda e conectar o conceito à microssérie, reconstituo um exemplo real, a campanha “Três segundos”, realizada pela agência Tudo, em 2014. No vídeo, os produtores utilizam escapamentos de automóveis comuns para encher balões com os gases tóxicos liberados durante o acionamento dos motores. São necessários apenas três segundos para inflar completamente cada bexiga. Em seguida, veem-se centenas de balões pendurados nas ruas, enquanto uma câmera posicionada no interior de um veículo em movimento mostra as vias cercadas por bolas infantis coloridas. O efeito desejado é causar perplexidade no espectador a partir de uma breve “quantificação” da poluição atmosférica. Nesse caso, um tipo de contaminação ambiental difícil de ser reconhecida, quase “invisível”, ganhou um referencial imagético como medida - os balões; e o resultado foi a mobilização pública contra o uso desmedido de veículos nos ambientes urbanos. Mas a ideia só funcionou porque converteu o incorpóreo em objeto reconhecível, de maneira a atribuir uma face ao intangível, como *Hoje é dia de Maria* também faz, guardadas as devidas proporções, com a cultura oral tradicional. A seguir, detalha-se como.

2.2 PINTURA VIVA

DESCRIÇÃO DO OBJETO. VISUALIZAÇÃO/MATERIALIZAÇÃO DAS TRAMAS ORAIS. O GÊNERO COMO FERRAMENTA PROPAGANDISTA. O LEITOR-MODELO

Muitas são as paisagens percorridas por Maria em sua peregrinação pelas fronteiras da vida: sertão, floresta tropical, canavial, bosque e até uma terra devastada pela neve incessante. Se cada locação correspondesse a uma viagem real, o transporte de equipes e equipamentos resultaria em uma empreitada altamente dispendiosa e complexa. A construção de uma cidade cenográfica, procedimento padrão no caso das telenovelas, seria uma alternativa viável em termos logísticos, porém deixaria a microssérie em meio termo entre naturalismo e artificialismo que talvez não convencesse o público, nem servisse a contento para fins narrativos.

A solução para o impasse técnico foi a adoção de um domo como macrocenário do programa, uma construção semiesférica, utilizada como uma enorme tenda que abrigava o antigo palco do Rock in Rio III. No acervo da Memória Globo, há detalhes sobre o esforço para adaptação do espaço:

Ao todo, 25 profissionais trabalharam durante 50 dias para montar as 48 toneladas de estrutura de aço e os 5.800m² de lona da cobertura. Com 54m de diâmetro e 26m de pé direito, o domo exigiu atenção especial [...] Foram necessárias 48 viagens de carreta para que a estrutura fosse finalmente erguida (MEMÓRIA GLOBO, acesso em 15 jun. 2013).

Figura 1 - Fachada do domo



A circularidade do cenário é justificada pela diretora de arte Lia Renha: “Quando temos uma paisagem, a enxergamos em 360° [...] Não vemos o mundo com quinas” (RENHA *apud* COSTA, 2005, p. 3).

O chão não foi recoberto por qualquer tipo de piso, o que significa que a produção aproveitou o solo natural, de terra, para as filmagens. A chuva criada em estúdio, gerava lama real, tornando o domo “um estúdio vivo, orgânico” (SITE OFICIAL, acesso em 15 jun. 2013). Daniel Piza (2004, p. 1) ressalta ainda que árvores e até um pequeno bambuzal que já estavam no lugar foram incorporados ao cenário da microssérie.

O formato esférico permitiu a instalação de um painel pintado à mão, que circundava toda a extensão do domo. Segundo Lima e Melo (2010, p.12-13), à medida que Maria mudava de ambiente, o painel poderia ser repintado sem necessidade de desmontar o cenário, como um ciclorama, expediente comum nas obras de Fellini, lembra Piza (2004, p.1). O recurso permitiu experimentações de iluminação, composição de quadro, angulação e movimentação de câmera.

Figura 2 - Interior do domo



Refletores e as margens do cenário. O ciclorama recebeu pinturas à mão de Clécio Régis e sua equipe, inspiradas na obra de Cândido Portinari. A tela pesava mais de uma tonelada e consumiu cerca de 2 mil litros de tinta (MEMÓRIA GLOBO, acesso em: 15 jun. 2013).

Ao todo, o ciclorama permitiu oito grandes alterações de fundo, que, no entanto, pareceram mais numerosas, em função do trabalho das equipes de direção de arte, iluminação e filmagem, em um esforço de otimização do espaço cênico:

A paisagem criada na minissérie produz um forte impacto nos (tele)espectadores pelas modulações cromáticas e pelos matizes em contraste, criando o efeito de amplitude, perspectiva e profundidade. E isso se deve principalmente ao empenho do *staff* de cinegrafistas e iluminadores (capitaneados por José Tadeu Ribeiro), ágil no trabalho de redimensionar os espaços, dando a ilusão de grandiosidade dentro da bolha artificial (PAIVA, 2005, p. 7).

Os tons em sépia, com tendências ocres, remetem a um espaço terroso assolado pelo sol, ao chão ressequido e a uma paisagem rural desgastada, com casas de sítio e lavouras desanimadoras. “Tudo aquilo é uma pintura inspirada em quadros novecentistas brasileiros”, acredita Renato Pucci Jr (2010, p. 6). Mais de 420 refletores antigos foram recuperados para uso na microssérie e o resultado foi um tipo de luz que permitiu a gradação em sépia a partir de várias escalas

cromáticas, atribuindo ao ambiente uma atmosfera uniforme de pintura, mesmo à pele dos atores.

Figura 3 – Inspiração pictórica



O objetos e seres tridimensionais enquadrados em cena, como figurinos, adereços e personagens, seguem uma mesma tendência cromática, formando um todo de aparência pictórica, em boa medida, devido aos artifícios de iluminação do domo e à maquiagem.

Também a cenografia e a caracterização dos personagens se harmonizam ao ciclorama, como se vê na sequência dos Retirantes, cujos trajes e maquiagem parecem se confundir com o cenário, ou na indumentária de Maria, tentativa de reencarnar o traço portinariano.

Figura 4 - Divulgação oficial.



Divulgação oficial do programa, imagem de capa dos DVDs.

Figura 5 - Pintura portinariana



Obra de Cândido Portinari que inspirou o uso de adereços vermelhos em Maria. No desenho *Menina com tranças e laços*, de 1955, não há grande distinção entre a cor da pele da criança e o fundo do trabalho, como na microssérie.

Todo esse aparato técnico tem como consequência a constituição de uma atmosfera onírica, radicalmente contrária ao realismo documental televisivo, nas palavras de Luiz Zanin Oricchio (2005, p. 2), um clima "deliberadamente *fake*. Comovedoramente falso, melhor dizendo [...] aqui a opção é abandonar a imitação da realidade por um artificialismo ostensivo". A ruptura dos padrões imagéticos audiovisuais hegemônicos, de caráter naturalista²², permite que o espectador enverede em uma aventura fabular, espécie de conto de fadas para adultos, retratando o que Luiz Fernando Carvalho chama genericamente de "Brasil profundo" (SITE OFICIAL, acesso em: 28 dez. 2009), que posso tentar traduzir aqui como espaço não geograficamente localizado, idílico, em que ele acredita germinar as raízes identitárias nacionais. Um país rural, iletrado, composto por fragmentos de sertão, floresta, lavoura e estrada, sempre interiorano. Não por acaso, Maria viaja quase sem cessar em busca das "franjas do mar", um litoral de fartura, contraponto de seus lugares de origem e de trânsito.

A recusa à pretensa "realidade" de registro audiovisual torna a microssérie uma propaganda dos preceitos romerianos e cascudeanos, que atrelam as narrativas orais populares necessariamente à imprecisão cronológica, incitando o público a uma embarcar numa experiência de imersão a-histórica. Em uma pintura, o tempo congela-se, o registro pode ter centenas de anos ou ter sido feito há poucos dias. As folhas caídas jamais dão lugar às novas, a fixidez pictórica contrasta vivamente com a fugacidade do movimento orgânico captado em vídeo, ajudando a criar um elã de eternidade em *Hoje é dia de Maria*.

Enquanto o tempo na microssérie é uma incógnita, já que há supressão das marcas temporais graças ao efeito de pintura, no caso da delimitação do espaço, a estratégia é inversa. Também há indeterminação territorial, mas a imprecisão se dá não pela ausência de dados e sim por excesso. Observa-se um embaralhamento nas referências espaciais, em transições geograficamente impossíveis. Ao mostrar um pouco de muitos lugares díspares, o espaço torna-se genericamente o "interior do Brasil", ainda que esse termo seja dúbio pela multiplicidade que comporta:

²² Ao mencionar o naturalismo audiovisual, não pretendo aqui tomá-lo ao pé da letra. Diversos pesquisadores, com destaque para Ismail Xavier (2005), instituíram longos debates sobre a falácia da objetividade e da "transparência" na produção fotográfica e fílmica, destacando o enorme grau de intervenção nas atividades de filmagem, direção e montagem dos conteúdos audiovisuais. Portanto, quando menciono o realismo documental televisivo faço referência aos mecanismos de linguagem que geram a sensação ilusória de captação da realidade.

na geografia de *Hoje é Dia de Maria*, do sertão ela segue para o agreste, mas depois neva [...] Quando ela atinge o mar, está próxima de casa, no sertão nordestino, mas seu sotaque é do interior de São Paulo. Não há lógica no espaço, assim como no tempo, pois este é relativo, hoje e ontem se misturam (NOGUEIRA, 2009, p. 76).

Figura 6 – Aridez



Da aridez sertaneja

Figura 7 – Campos de neve



Maria atravessa florestas tropicais, lavouras de trigo, matas ciliares, bambuzais e várias outras paisagens

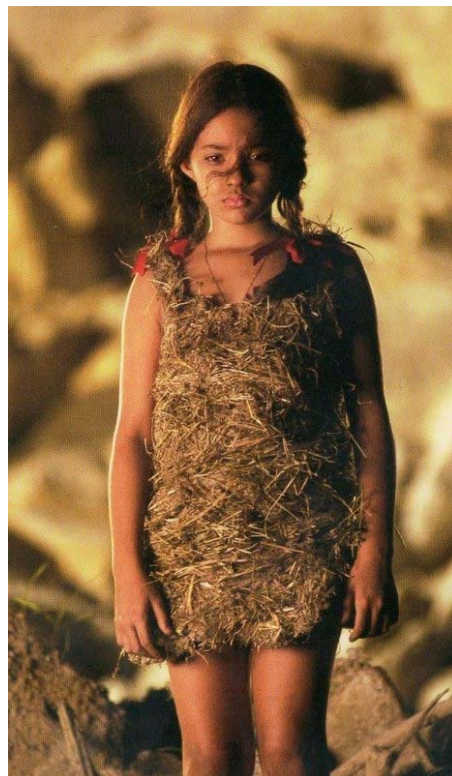
O distanciamento que o todo-lugar e o sem-tempo promovem em *Hoje é dia de Maria* é uma das chaves para constituição da atmosfera fabular e, principalmente, para a propaganda de uma concepção específica da cultura oral tradicional. A imobilidade da tela é a tradução do que creem os folcloristas sobre a cristalização das narrativas oralizadas, relatos de um período glorioso e feliz, que inspiram sonhos de regresso, como destaca Ginzburg:

emerge a imagem, em geral mítica, de um passado diverso e melhor – um modelo de perfeição, diante do qual o presente aparece como declínio, degeneração [...] A luta para transformar a ordem social torna-se então uma tentativa consciente de retorno àquele mítico passado (GINZBURG, 1987, p. 157).

O cenário-pintura não ilustra um ou dois contos, ele reconstrói uma ambientação interiorana imune às torrentes históricas, repleta de referências geopoéticas de um Brasil que *ainda é*, a despeito da expansão da urbe e do que ela acarreta, um lugar que persiste no imaginário mesmo de quem jamais o viu, afinal, como defende Linda Hutcheon (2011, p. 169), “além da possibilidade de conhecer o(s) texto(s) adaptado(s) em específico, existem outras dimensões do conhecimento.

Mas o cenário não é o único elemento relevante nessa estratégia. O trabalho de Luciana Buarque e Jum Nakao na confecção dos figurinos também merece destaque. Tecidos não sintéticos, papeis, materiais reciclados, estamparias que remetem às comemorações juninas e modelagens do final do século XIX contribuem para a atmosfera de faz-de-conta, distante do homem atual.

Figura 8 – Vestido-ninho



No primeiro caso, o traje se torna símbolo máximo de integração com a natureza.

Figura 9 – Baile no castelo



Os figurinos são até mais importantes que os cenários na ambientação da trama. No segundo, o inverso, a veste representa a opulência e fixidez dos ambientes aristocráticos.

Elementos tão importantes quanto o processo de envelhecimento por que passaram os objetos usados em cena. Raimundo Rodrigues, artista plástico especializado no reaproveitamento de sucata, mergulhou no universo das festas populares para produzir de folhas de milho a estandartes, quase tudo feito à mão (MEMÓRIA GLOBO, acesso 15 jun. 2013).

Como os adereços, as canções e composições incidentais que embalam as cenas também homenageiam elementos nacionais. Apesar de gravar a trilha com a execução clássica de orquestra de câmara e com base instrumental convencional (composta por instrumentos de sopro, percussão e harpa), o responsável pela produção musical, Tim Rescala, incluiu no conjunto instrumentos “típicos do folclore brasileiro, como violão, viola caipira e rabeca” (MEMÓRIA GLOBO, acesso em 15 jun. 2013). Entre as canções, há destaque para as cantigas recolhidas por Villa-Lobos a partir do cancionário popular, como *O Uirapuru*, *Sapo Jururu* e *Constante*, muitas entoadas pelos próprios atores em cena.

A trilha sonora também contém alusões melódicas e até a *performance* de grupos reais de folguedo e representantes indígenas, cantigas de roda e repentes – sem contar o chorinho – considerados marcas melódicas de brasilidade, na opinião de Marques e Vidal (2005, p. 7). A recorrência a temas, ritmos e títulos populares do repertório nacional é apontada por Cláudio Cardoso Paiva como uma das maiores responsáveis pela ambientação da microssérie:

Grande parte da aura que envolve “... Maria” se deve à composição da trilha sonora, à pesquisa arqueológica nas artes, técnicas e invenções acústicas, e aí cumpre destacar o trabalho de Tim Rescala na direção das artes musicais, incluindo desde os clássicos até o ritmo e musicalidade do Mestre Salustiano, dos grupos de folguedo e dos índios Xavantes (PAIVA, 2005, p. 7).

A musicalidade, cadência e pronúncia das falas dos personagens é outro aspecto digno de nota. Em entrevista à Myriam Nogueira, o roteirista Luís Alberto de Abreu revelou que o linguajar empregado no programa foi fundamentado nas pesquisas de Amadeu Amaral e Cornélio Pires sobre a fala caipira paulista da primeira metade do século XX (NOGUEIRA, 2009, p. 120). Mas aqui, como ocorreu na cenografia, a pluralidade de sotaques impede que o espectador identifique os personagens como oriundos de um mesmo território:

Falares das regiões Centro-oeste, Nordeste e Sudeste são propositalmente reunidos no programa, criando uma situação implausível do ponto de vista da prosódia, porém, condizente com o ideal de representar o Brasil interiorano, independentemente de regionalismos sectaristas (PANTOJA, 2012, p. 133).

Para Adriane Hauschild, a prosódia em *Hoje é dia de Maria* é composta por “expressões e dialetos que definem a especificidade do campo semântico dos sertões do interior do Brasil” (HAUSCHILD, 2007, p. 36), sem maiores delimitações, o que aponta para a constituição de uma cena oral múltipla e essencialmente nacional, mais que regional²³.

A sonoridade dos falares rurais brasileiros é complementada por uma escolha lexical que também foge ao padrão televisivo global²⁴, afamado por privilegiar expressões de uso corrente nas capitais fluminense e paulistana. O uso gramatical culto é subvertido para dar lugar a diálogos condizentes com universo iletrado dos personagens, em busca de maior verossimilhança. Não que seja peremptória a relação entre manifestações linguísticas não normativas e oralidade, mas, em se tratando dos discursos populares, vem à tona o repertório de

²³ Foram notadas dificuldades na compreensão de alguns diálogos da microssérie, o que jornalistas atribuíram à prosódia incomum aplicada. Elena Corrêa (2004, acesso em: 22 fev. 2013), no entanto, menciona um problema na acústica do domo, gerado pela altura do cenário, empecilho contornado com uma forração de espuma no teto. Parece-me mais plausível essa segunda explicação, especialmente porque os últimos episódios já não apresentam problemas.

²⁴ O adjetivo “global” aqui é referente à emissora que produziu *Hoje é dia de Maria*, a Rede Globo de Televisão.

experiências pretéritas do espectador, sejam elas diretas ou decorrentes do contato midiático. A imagem social constituída em torno dos narradores e personagens populares vincula-os a um contexto de baixa escolaridade e aos modelos tradicionalmente atribuídos a comunidades interpretativas interioranas. Como tão bem resume Zumthor, trata-se aqui da “maneira segundo a qual o grupo social antevê, ao menos de forma global, o tempo, o lugar onde a poesia oral deve ser pronunciada, e diante de quem” (ZUMTHOR, 2005, p. 90-91) – e o modo de fazê-lo, eu poderia acrescentar.

A partir da reunião dos cinco elementos técnicos discutidos – cenários, figurinos, adereços, trilha sonora e prosódia – *Hoje é dia de Maria* reproduz/constrói a linguagem e a iconografia particulares dos sertões brasileiros, criando a propaganda de um ideal rural pobre, mas bucólico, a partir da casa sem reboco, da roça de milho, do capinzal, dos animais, das cantigas de roda, das roupas remendadas, do palavreado típico e, em especial, da resistência do sertanejo simples, ora ingênuo, ora astuto, que pertence ao imaginário popular e às descrições de Romero e Cascudo. Cristalizados, imutáveis, seguros.

Para garantir a aura desejada em torno da trama, Luiz Fernando Carvalho orquestrou a atuação de mais de trinta técnicos e um elenco com pelo menos noventa atores e figurantes²⁵. Todos inscritos em oficinas sobre os temas discutidos no programa durante semanas antes das gravações. A motivação coletiva da equipe foi indispensável na composição da visibilidade/materialidade específicas do programa, uma vez que *Hoje é dia de Maria* se constitui como um produto tecnoestético que extrapola a soma de desempenhos individuais para mobilizar as competências comunicativas do meio, ou seja, ele adentra o espaço complexo do modo como a televisão organiza suas narrativas e se comunica com o público.

Um dos principais mecanismos que viabilizam essas competências é o gênero, definido por Mittel (2004) como um tipo de categorização que orienta a composição dos programas, facilita o reconhecimento do espectador em relação a como se portar e o que esperar durante a fruição (fazendo as vezes de chave de leitura). Ele também auxilia os anunciantes na definição se vale a pena ou não investir na vinculação de sua marca ao conteúdo do produto. No caso de *Hoje é dia*

²⁵ A listagem completa de participantes dos quadros técnicos e artísticos consta no Anexo A, página 269.

de *Maria*, falar-se-ia da categoria teledramatúrgica seriada de curta duração ou microssérie.

O gênero é uma ferramenta magna no que tange à compreensão de *Hoje é dia de Maria* como propaganda, porque ele coordena as duas grandes instâncias audiovisuais, a da produção e a do consumo. Ele norteia os realizadores na escolha dos primeiros códigos de estruturação da mensagem, bem como permite que o espectador categorize o produto em relação à série de outras atrações que compõem sua vivência televisiva. O gênero possibilita que o público relacione o programa a uma rede de experiências prévias, detectando semelhanças, diferenças, complementaridades e subversões aos padrões estabelecidos. Para Leandro Lima e Sâmia Melo, trata-se de uma estratégia de comunicabilidade presente desde a fase inicial dos produtos.

Ao contrário do que julgam abordagens essencialistas, os gêneros não emergem do texto. Eles funcionam para categorizar textos e vinculá-los a *grupos de suposições culturais*; são antes um processo que uma categoria acabada, inseridos em contextos historicamente situados (LIMA; MELO, 2010, p.5, grifo meu).

Seguindo o conselho velado dos dois autores e analisando a temática *Hoje é dia de Maria* longe das vertentes essencialistas, vê-se que não existe absolutamente qualquer fator determinante para que as poéticas e a cultura orais tradicionais sejam abordadas por meio de uma microssérie. Os contos populares compilados por Cascudo e Romero poderiam dar vida a uma novela, a um breve especial, a uma série com várias temporadas ou a qualquer outro formato. A escolha do gênero, nesse caso, atende à necessidade de nomear, identificar, climatizar os temas já prevendo um tipo de espectador, isto é, *categorizando* os contos populares dentro de um sistema classificatório que irá situá-los em uma escala de qualidade televisiva, o que corresponde a processos eminentemente propagandistas.

As ações para criação de visualidade/materialidade do conjunto audiovisual apresentam-se, ao mesmo tempo, como frutos e instrumentos de configuração classificatória por meio do gênero. A partir da iluminação, dos cenários, dos figurinos e demais artefatos cênicos, a organização do produto em um gênero específico insere os elementos técnicos no mundo do espectador, o do consumo, tornando-se uma estratégia mediadora de sentidos. Em uma definição limite, o

gênero é o mecanismo de adequação das atrações televisivas (desde quando ainda se encontram como matéria-prima bruta) ao público-alvo desejado.

A partir dele se inicia a mobilização de recursos financeiros e humanos no empreendimento de ficções seriadas. O gênero é a primeira orientação bussolar para as emissoras na aposta sobre quem irá assistir aos programas, em um dado contexto, com uma resposta de preferência positiva. Para o público, é uma espécie de sinalização que inaugura a contato com a proposta narrativa. Trata-se da canalização de expectativas de produtores, anunciantes e espectadores em relação à atração a ser exibida e seu impacto em termos de audiência e prestígio.

Saber reunir temas, profissionais, elementos técnicos, recursos narrativos e circunstâncias de exibição nas quantidades exatas para suprir as demandas dos destinatários almejados, além de acompanhar tendências emergentes e ainda contemplar anseios sociais, econômicos, políticos e culturais do público, talvez seja o resumo mais preciso das chamadas competências comunicacionais, mencionadas por Barbero (2009). Mas todas elas começam e, de certa forma, terminam em um mesmo ponto nevrálgico: a especulação em torno do público-alvo. Investir em quem vai acompanhar e agradar-se da trama da menina desamparada do sertão, em um alinhavo aparentemente aleatório de contos populares, determina como tudo será dito, ouvido e assistido.

Na seara do outro lado da tela, contudo, tudo ainda é uma grande incógnita. Desde que a concorrência entre emissoras se acirrou, a televisão teve de abandonar o conceito de público heterogêneo, numeroso e cordato, para abraçar a ideia de comunicação segmentada, constituída por perfis (em um plural sublinhado) diferenciados de comportamento e de consumo (COVALESKI, 2010b, p. 56). A abrangência de alcance deu lugar às tentativas de compreensão e controle de um espectador cada vez mais fugidio, infiel, seduzido por atrações diversas. Entraram em cena as pesquisas de opinião, na tentativa de reduzir a margem de erro de *target*²⁶, as emissoras assumiram a rotina de encomendar levantamentos sobre o perfil dos espectadores por faixa etária, nível de renda, grau de escolaridade, gênero, religião, etnia, área geográfica, profissão, etc. E ainda tornaram regular a formação de grupos de opinião voltados à crítica e à sugestão de alternativas para os programas da casa. Cada vez mais, as atrações audiovisuais ganham tratamento

²⁶ Expressão que designa o público-alvo de um produto ou serviço.

e reformulação aos moldes publicitários, tal qual ocorre com bens materiais não culturais. O inverso também é verdadeiro. Objetos comuns ganham toques narrativos pelo discurso publicitário – e volta-se aqui ao hibridismo midiático, característico da atualidade.

As pesquisas de opinião confirmaram o que os produtores sabiam intuitivamente sobre gênero e o segmento interessado nas produções ficcionais seriadas de curta duração, composto por espectadores mais exigentes em questões temáticas, menos complacentes com deslizes técnicos e bastante assíduos, capazes de se comprometer com o acompanhamento integral da narrativa, sem grandes lapsos de frequência²⁷ (BOTOSO; CONVERSANI, p. 4, acesso em: 30 mar 2012). O bom nível de escolaridade e a diversificação do repertório de bens culturais do *target* das séries também foi ressaltado, o que, de certa forma, faz sentido em se tratando dos índices de audiência dos programas, nunca entre os maiores da grade televisiva. Esse foi o quadro que *Hoje é dia de Maria* herdou quando foi ao ar. A microssérie encontrou um cenário já consolidado junto a um público criterioso e com expectativas acima da média rotineira.

Mas a correspondência entre o “perfil esperado de espectador” e o espectador propriamente dito não é uma atividade exata, nem poderia ser. Ante o bem cultural, o sujeito desencadeia processos de percepção e interpretação que podem distanciar-se significativamente da intenção dos criadores, do que preconiza a crítica especializada e até do que compreendem os demais receptores, igualmente expostos à obra. Na esfera de consumo individual, a imponderabilidade é a lei.

Ainda assim, percebe-se que os realizadores culturais, meios de comunicação e anunciantes trabalham com afinco em *modos de endereçamento*, destinados a otimizar a aceitação de bens em nichos previamente definidos, táticas perceptíveis em todo o processo, da concepção dos programas às campanhas de divulgação. Também os pesquisadores, em muitos casos, quando buscam correlações entre produtos e público, examinam as entranhas do objeto na procura de respostas. Isso porque, como nos lembra Linda Hutcheon, a mídia não fica *entre* emissor e o receptor; ela constitui essas instâncias no interior do próprio texto (HUTCHEON, 2011, p. 61). O espectador concreto, “real” e corpóreo dá lugar a uma

²⁷ A mudança ocorrida na década de 1990, que alterou o intervalo de exibição das séries de dois para três dias (agora são exibidas apenas de terça a sexta), comprovou que o público segue diligentemente as histórias, a despeito do maior risco de dispersão (RONDINI, 2007 *apud* BOTOSO; CONVERSANI, p. 4, acesso em: 30 mar. 2012).

entidade abstrata, espécie de “posição” no contexto comunicacional, um lugar a ser ocupado pelo indivíduo durante a fruição.

Umberto Eco trata do tema em *Obra aberta* (1971), *Seis passeios pelos bosques da ficção* (1994) e *Lector in Fabula* (1995), quando diferencia o leitor empírico do leitor-modelo. O primeiro corresponde ao indivíduo em si, livre para apropriar-se dos bens culturais conforme melhor lhe aprouver e que usualmente transforma a obra em “um receptáculo de suas próprias paixões, as quais podem ser exteriores ao texto ou provocadas pelo próprio texto” (ECO, 1994, p.14). O segundo é uma entidade imaterial, um conjunto de instruções textuais acionado pelo leitor empírico durante a fruição do produto e cuja existência está estritamente vinculada à obra.

O leitor-modelo esboça-se a partir de uma concepção geral que o(s) autor(es) empírico(s) têm do seu leitor ou espectador, um movimento especulativo que almeja predizer as características do público-alvo daquele tipo de obra. Porém, ainda que se espelhem nos receptores concretos, os realizadores na verdade atuam no sentido de *construir* seu leitor-modelo, não mais conjecturando sobre preferências individuais, mas exigindo habilidades específicas para a compreensão do produto. Essa criatura espectral, presente no texto como um *rol* de instruções, deverá agir cooperativamente, aceitando os acordos explícitos ou não-verbais que a obra impõe. O que não significa, em momento algum, passividade interpretativa: o andamento da obra depende de um grande investimento do leitor-modelo em termos de tempo, atenção, vontade e sagacidade para a execução dos efeitos previstos (ECO, 1995).

Na teoria de Eco, há também o autor-modelo, estratégia textual relacionada ao planejamento, seleção e distribuição de estímulos e informações no interior da obra (espécie de economia criativa). O autor-modelo, de certa forma, está contido no que tenho chamado de *competências comunicacionais do meio*, sendo uma de suas manifestações²⁸. Na presente Tese, autor-modelo e leitor-modelo são instrumentos operacionais que auxiliam no entendimento de qual público-alvo *Hoje é dia de Maria* constrói para si ao longo das sequências, que habilidades o espectador deve ter e que espaço está previsto para ele na transcrição dos contos populares. Apesar de os termos “leitor” e “autor” parecerem restritos aos textos escritos, a ideia

²⁸ A complexidade do tema exige o que José Marques de Melo e Maria Cristina Gobbi chamam de “hibridismo teórico”, isto é, a necessidade de superposição metodológica, de maneira a abranger múltiplos aspectos do fenômeno social, cultural e comunicacional abordado (MARQUES DE MELO; GOBBI, 1999).

vale para domínios comunicacionais diversos, tendo aplicação também em pesquisas sobre produções televisivas e cinematográficas, como faz o próprio Eco.

Compreender *para quem* a atração é direcionada, uma audiência bastante diferente dos homens e mulheres simples e interioranos retratados na tela, em grande parte esclarece a condição de propaganda da microssérie. Para tanto, há que se observar detalhes do primeiro episódio, com a ressalva de que os tópicos discutidos a seguir valem para todo o restante do programa.

2.3 PRIMEIRO CAPÍTULO, MORTES E PARTIDAS MODOS DE ENDEREÇAMENTO E DE CATEGORIZAÇÃO

Mesmo breve, com menos um minuto de duração, a vinheta de abertura de *Hoje é dia de Maria* resume e adianta várias sequências do programa. Curiosamente, sem destaques para a protagonista, que surge como mais uma entre os muitos personagens populares da história.

No tema incidental composto e produzido por Tim Rescala é possível reconhecer acordes de cantigas populares executadas ao longo da microssérie, como *Cai cai, balão*, *O cravo brigou com a rosa* e *Que lindos olhos*.

Figura 10 – Vinheta de abertura



Trecho da vinheta de abertura. Para criar as compilações de sequências do programa, a equipe de design gráfico criou animações de desenhos sobrepostos, exibindo personagens em ações simplificadas, como erguer e baixar baldes, uma movimentação que remete a presépios artesanais.

O céu é feito de camadas de tecido, por vezes emoldurado por bandeirolas juninas. Os personagens em primeiro plano têm um traçado ingênuo, como se vê em desenhos infantis; o fundo é mais sofisticado, nalguns casos remetendo à produção de estandartes de festas populares religiosas.

Figura 11 – Fim da vinheta



Cortinas no início e no fim da vinheta destacam o caráter de encenação e teatralidade no programa. O nome “Maria” é desenhado na tela como um bordado feito à mão. O conjunto tem ares de produção artesanal e teatro de papel, uma mescla de singeleza com refinamento no uso de cores e texturas.

Pensando hoje, retroativamente em relação à exibição da série, entendo a abertura como elemento de transição entre programas, importante na demarcação de um território próprio para a atração e para a condução do espectador a uma atmosfera radicalmente diversa do restante da grade televisiva da época. Como lembram Lima e Melo (2010, p. 13), *Hoje é dia de Maria* foi exibida após uma telenovela baseada em fatos verídicos, *Senhora do destino*, e de uma das edições do *reality show Big Brother Brasil*, dois títulos que se propunham a reproduzir o cotidiano contemporâneo com ares documentais, ainda que não o fizessem de fato. A artificialidade ostensiva da vinheta faz as vezes de uma carta de princípios, manifesto claro daquilo que se assume ficcional e com vinculações com a cultura popular.

Logo após a abertura, surgem imagens bucólicas do sítio onde vive Maria e o Pai. A narradora *in off*²⁹ anuncia: “Loooonge, num lugar ainda sem nome,

²⁹ Narrador(a) *in off* ou *off-screen* é um termo televisivo e cinematográfico que indica a voz que narra uma obra audiovisual sem que o(a) respectivo(a) emissor(a) seja visto(a) na tela. O papel da narradora na microssérie é discutido no capítulo seguinte.

havia uma pobre família desfeita e era uma vez uma menina chamada Maria. Antonce...”. A voz é da atriz Laura Cardoso, que comparece na trama exclusivamente como uma presença *off-screen*, quase sempre indicando o princípio ou o término do episódio. Além da narradora e do trio principal composto pela protagonista, Pai e Madrasta, o primeiro capítulo da série apresenta ao espectador:

Conceição, mãe de Maria, a quem o Pai vê durante os delírios provocados pela embriaguez. Enquanto o viúvo encarna a ambiguidade dos personagens vivos, a esposa morta se reveste no manto do maniqueísmo celestial idealizado.

Joaninha, filha da Madrasta, personagem cuja quantidade de falas é inversamente proporcional ao apetite; aparece com algum alimento em praticamente todas as cenas. Funciona como contraponto à Maria, simbolizando a fartura sem esforço, a voracidade e a indiferença frente ao outro.

Nossa Senhora, que consola, ao mesmo tempo em que incita a protagonista à luta, ecoando a religiosidade popular: “Escuite as água correno! Num é deitando pranto que elas vão pro mar. Escuite bem: elas vão cantano!”.

Pássaro Incomum, animal que acompanha Maria ao longo de toda jornada, ocasionalmente salvando-a de situações de risco, inclusive dos ataques paternos.

Entre os elementos cênicos, destaca-se a **chavinha** que Maria traz junto ao peito, sob o vestido. A criança acredita que o objeto dará acesso a um “tesouro”, escondido em algum dos caminhos das “franjas do mar”. Há ainda a **vela** que Maria acende aos pés da santa caseira ao rezar. A chama representa o espírito da criança, protegido pelo sobrenatural.

Figura 12 – Casamento



No primeiro episódio, Pai e a Madrasta se casam (**fig. 12**). Eles seguem em cortejo pela estradinha de terra, celebrando o enlace em meio a um grupo de reisado. O festejo remete a momentos da cultura popular que celebram o sagrado ao mesmo tempo em que cortejam o profano. Ao longo de sua exibição, *Hoje é dia de Maria* apropria-se da linguagem dos sertões em momentos ritualísticos, inspirando-se nas marcas próprias (tanto coreográficas, quanto verbais)

das encenações dramáticas do bumba-meu-boi, do fandango, dos reisados, cheganças e repentes.

No caminho, três mulheres de negro, aparentemente viúvas, observam a comitiva. Elas trocam observações ferinas sobre a noiva.

Figura 13 – As três viúvas



- Já casando? Num credito.
- Se o finado dela esperasse um cadinho mais pra Morrê, capaz até que assistisse o casamento!
- Ôi, ôi! E tá de branco? Já pode isso, gente?
- Deve de pudê! Capaz até que ela tenha desmudado donzela outra vez!

As personagens bem podem caracterizar a ideia de praça pública, à luz dos conceitos de Bakhtin, para quem a praça era o espaço de socialização festivo, mordaz e mundano, oposto ao cerimonialismo taciturno das obrigações religiosas. O caráter não oficial do lugar tornava a praça uma arena para a discussão jocosa ou moralizante da vida cotidiana do homem comum, onde o cômico dava à luz o carnavalesco e o chiste imperava (BAKHTIN, 1999).

Depois do casório, o Pai anuncia uma viagem à cidade. A Madrasta garante ao esposo zelar pelo sítio e por Maria, porém, quase instantaneamente à partida do marido, a mulher inicia os maus tratos à enteada. Começa o calvário da protagonista, que tem de cuidar da roça e da casa sozinha, sem descanso.

Além dos afazeres rotineiros, a Madrasta decide impor à criança a tarefa de espantar os passarinhos que bicam as frutas que Joanhinha aprecia. E este é um momento crítico na trama. Se antes já podia haver por parte do espectador alguma desconfiança, a partir daqui, torna-se inequívoca a sobreposição entre as desventuras de Maria e a narrativa popular *Os figos da figueira*. De acordo com Plínio França Dias (2007, acesso em: 22 nov. 2009), uma história de circulação oral

de origem europeia, com vasta divulgação no Brasil, que pode ser reconhecida pelas invariantes de partida, isto é, pelo conjunto de elementos que permitem identificar uma mesma matriz narrativa em versões diversas.

Vigiando a árvore contra a investida dos bichos, Maria entoava a clássica canção associada a *Os figos da figueira, Xô, passarinho!*³⁰, mas fracassa em manter-se acordada, de modo que os pássaros devoram os frutos proibidos. Irada, a Madrasta apaga a vela depositada aos pés da imagem de Nossa Senhora na casa do sítio, enquanto no matagal, Maria desfalece e morre. Uma borboleta amarela pousa sobre a menina e ouve-se a voz da narradora:

Figura 14 – Capinzal



– Antonce, o tempo foi passando e, por cima da terra onde Maria faleceu, nasceu um lindo capinzal. E dizem que era que nem lago, verdico que só, alumiando ao sol como se fosse de vrido.

Quando o Pai retorna, a Madrasta afirma que a menina fugiu da casa. A mentira, contudo, é revelada quando a borboleta amarela, a mesma que pousou sobre o corpo de Maria, chama a atenção do Pai. O homem segue o pequeno inseto até chegar ao capinzal que recobre a filha e, outra vez, a canção *Xô, passarinho* é ouvida. Ele remove a terra e a verdade vem à tona.

Osmar Prado, que dá vida ao personagem, optou por expressar o terror do Pai ao abrir desmesuradamente a boca, mas sem emitir sons articulados e coerentes. Uma escolha performática apropriada aos momentos em que palavra alguma dá conta do sentido da dor ou, segundo Zumthor (2005, p. 63), nos casos de “circunstâncias extremas em que toda linguagem, por assim dizer, se esquivava”.

³⁰ “Ô querido, nhô pai, não me corte os meus cabelos / Minha mãe me penteou, minha madrasta me enterrou / Pelo figo da figueira que o passarim bicou / Ô querido, nhô pai ...” (*Xô, passarinho*).

Figura 15 – Descoberta do corpo



Aqui o texto verbal não alcança a dimensão do sentir e resta tão somente um ser reduzido ao grito sem som (**fig. 15**).

O resgate realizado pelo Pai a tudo cura, mesmo a morte. No interior da casa, a vela se acende magicamente e Maria desperta. Quando a dupla retorna ao sítio, os adultos trocam insultos e Maria junta seus poucos pertences em uma trouxa improvisada. Cansada de sofrer, a menina parte em direção à estrada, iniciando sua jornada rumo às ansiadas “franjas do mar”.

Figura 16 – Partida



No fim do capítulo (**fig. 16**), Maria lança um último olhar ao sítio paterno e segue viagem.

Ao longo do primeiro episódio da microssérie, a “pobre família desfeita” descrita pela narradora ganha ares trágicos em função da ambivalência paterna, oscilação entre o desejo carnal e o amor cândido pela filha. A intenção incestuosa em *Hoje é dia de Maria* aproxima a microssérie de narrativas como *Bicho Peludo*, *Pele-de-Asno* e *A ursa*, contos populares em que as mocinhas fogem do olhar desejanter do pai, sem os disfarces corriqueiros dos atuais contos de fadas.

Não há tios ou padrastos que assumam a figura sedutora masculina, é o próprio pai quem cobiça a cria.

Nesse aspecto, o programa evoca um contexto anterior à Revolução Industrial, quando os contos populares ainda não tinham sido submetidos à censura pedagógica e às tendências de “infantilização” das narrativas mágicas (DARNTON, 1988). Maria Rita Kehl descreve a crueza das antigas versões:

Não existe um final feliz, nem uma moral da história. Seu objetivo original não era o de prevenir as crianças a respeito dos perigos da desobediência aos pais (na versão moderna do conto, Chapeuzinho escolhe o caminho oposto ao recomendado por sua mãe), de modo a protegê-la do contato precoce com a sexualidade adulta. As narrativas populares europeias, matrizes dos modernos contos infantis [...] nem eram destinadas especificamente às crianças, nem parecem aliadas a uma pedagogia iluminista [...] Sua matéria? Os perigos do mundo, a crueldade, a morte, a fome, a violência dos homens e da natureza. Os contos populares pré-modernos talvez fizessem pouco mais do que *nomear os medos* presentes no coração de todos, adultos e crianças, que se reuniam em volta do fogo enquanto os lobos uivavam lá fora, o frio recrudescia e a fome era um espectro capaz de ceifar a vida dos mais frágeis, mês a mês (KEHL, 2006, p.15-16).

N'A *história social da criança e da família*, Philippe Airès (1981) explica que as histórias tinham ampla circulação no medievo, sem limites de idade, em épocas de indistinção entre o mundo do trabalho e o universo doméstico, quando as crianças eram tidas como adultos em miniatura e já aos sete anos assumiam funções braçais, artesanais ou campesinas, colaborando ativamente para o sustento material da família. Foi somente a partir da Idade Moderna, entre os séculos XV e XVI, que este cenário começou a mudar em função do surgimento de instituições educacionais para faixas etárias infantis, da implantação de leis proibitivas do trabalho juvenil e da valorização gradativa do conceito de infância. Lenta e paulatinamente, o mundo familiar e as histórias nele contadas ganharam eufemismos progressivos, até chegarem aos formatos que hoje conhecidos. “Na partilha ocorrida posteriormente, que fez com que casa e trabalho, adultos e crianças se separassem, os contos de fadas ficaram em casa com os pequenos”, explicam Diana e Mário Corso (2006, p. 25-26).

Entre os séculos XVIII e XIX, as crianças ganharam uma importância até então inédita na história ocidental e emergiram políticas públicas de valorização

e proteção dos anos de formação humana (AIRÈS, 1981). A infância passou a ser compreendida como um período de cultivo de virtudes e surgiram crivos rigorosos para a representação da maldade nas histórias infantis. Os contos tradicionais ganharam “filtros”, cortes e abrandamento de trechos por demais violentos ou abertamente sexualizados. As narrativas metafóricas suplantaram os relatos mais explícitos e temas espinhosos para a sociedade industrial foram camuflados. O trabalho de compilação e impressão dos contos populares em formato livresco, com a adequação temática e lexical a um público letrado, também influenciou nesse processo, uma vez que os contos populares

nasceram e cresceram entre os mais humildes e apenas posteriormente se transformaram em um objeto para uso da corte, depois de expurgados seus aspectos mais grotescos e rebuscada sua linguagem (CORSO; CORSO, 2006, p.168).

Ao rejeitar o tratamento velado e metafórico do incesto, *Hoje é dia de Maria* promove o retorno ao estilo das narrativas populares pré-industriais, sem eufemismos na abordagem de temas adultos. Do ponto de vista de constituição do público-alvo, este é um modo de endereçamento muito mais eficaz que o horário tardio de exibição da microssérie. Já no primeiro episódio, o programa mostra-se como um produto destinado a um espectador maduro, preparado para lidar com a violência sexual evidente e, sobretudo, que reconhece no universo narrativo popular um espaço para discussão de dilemas existenciais complexos, como o embate entre o instinto e a razão ou outros conflitos elencados por Maria Rita Kehl (2006, p. 17): a agressividade sexual de pais incestuosos, a rejeição familiar, a rivalidade entre irmãos, o desmoronamento do mito do amor materno incondicional, o abandono, a criminalidade, etc.

Isso não significa, contudo, que a microssérie rejeite na íntegra recursos de metaforização. Quando a Madrasta comete o assassinato de Maria, o infanticídio é mostrado por meio do apagar da vela depositada aos pés de Nossa Senhora, um artifício simbólico que resolve vários problemas de uma só vez na microssérie. Primeiro, porque converte em imagens uma ideia problemática, sistematicamente condenada em muitas culturas, a morte intencional de uma criança. Segundo porque cria uma correspondência entre a chama e a alma,

baseada simplesmente no ato de *nomear* vela como espírito³¹. No programa, o verbo, a palavra emitida, ganha poder sobre o mundo material e espiritual. Esta é uma crença recorrente em comunidades ágrafas, que dotam a fala de atributos sagrados, uma força capaz de ordenar o caos da vida e de instituir a ordem no mundo, como afirma Biderman (1998).

Se a metáfora da vela/alma cumpre seus propósitos do ponto de vista visual, também o faz como representação da cultura oral, reconstituindo sua *lógica norteadora*, ao arrogar força de lei à palavra e reafirmá-la como fonte de atribuição de sentido e de ritualização da vida cotidiana:

o engrandecimento do discurso oral na microssérie corresponde ao deslocamento do sentido conotativo para o denotativo. Mas esse pode ser exatamente o mecanismo que permite a aceitação da cena [de morte], a despeito da violência nela contida, e que ainda aproxime-a das representações clássicas da infância, onde há uma distinção pouco nítida entre o *que é* e o *que se acredita ser* (PANTOJA, 2012, p. 139).

O programa requer, portanto, um leitor-modelo capaz de lidar com cenas diretas de violência, como a sequência de quase estupro a uma criança indefesa, mas também apto a reconhecer as sutilezas de transposição do âmbito oral para a esfera televisiva. Um espectador que oscila entre o explícito e o velado, reconhecendo ambos como condizentes de um mesmo contexto de abusos e vulnerabilidades.

Ainda sobre a cena “morte” de Maria, vale destacar que apesar de o programa substituir um possível golpe desferido pela madrasta contra a criança pelo soprar da chama, a brutalidade da adulta é exposta de um modo alternativo. Longe da casa do sítio, da mulher adulta que a ameaça e do altar onde tremula a vela, no meio do matagal, a protagonista olha para o nada, chora e implora: “por favor, não faz assim comigo”. Ora, em tese, pelos padrões televisivos, Maria não seria capaz de visualizar o que a Madrasta estava prestes a fazer (apagar a vela), já que ambas se encontravam em diferentes locações. O programa, no entanto, recusa a lógica espacial, ao construir um diálogo improvável entre vítima e algoz, potencializando a dramaticidade da cena. A *performance* da atriz Carolina Oliveira (Maria), nesse caso constituída pela voz embargada pelo choro, pelas lágrimas doridas e por uma

³¹ Em frente ao oratório, Maria se dirige à Nossa Senhora: “Minha santa venerada, lhe ofereço essa luzinha que é a minha alminha”.

comunicação corporal típica de uma pessoa subjugada, materializam o embate psicológico entre Madrasta e enteada, tornando o sopro um ato ainda mais cruel.

Hoje é dia de Maria, portanto, pede ao espectador que abra parênteses, que veja o cenário sob uma ótica mais ampla que o da restrita permanência ou do mero deslocamento, isto é, compreendendo-o de modo não realista. O paralelismo de locações não corresponde à ausência de contato entre personagens, mas à separação entre vida e morte, bem e mal, e demais maniqueísmos típicos dos contos populares.

O aparente contrassenso do “diálogo” entre a Madrasta e enteada se relaciona a uma série de irrupções do imponderável e do maravilhoso na microssérie, com ênfase na correspondência vela/alma, na “comunicação” entre o Pai e a borboleta que o conduz ao capinzal que recobre o corpo da criança e, sobretudo, na própria ressurreição de Maria – instâncias de suprarrealidade que desafiam o ordenamento racional cartesiano e posicionam o programa no *rol* das narrativas maravilhosas.

O maravilhoso foi definido inicialmente como um gênero literário, a partir dos estudos pioneiros de Todorov, em *Introdução à literatura fantástica* (1975), mas há muito extrapolou os limites das Letras e, desde os primeiros anos do século XX, descobriu nas produções audiovisuais um terreno fértil para vingar e florescer. Especificamente na produção televisiva seriada brasileira, Myriam Nogueira cita como exemplos de programas que têm o maravilhoso como norte as telenovelas *Saramandaia* e *Roque Santeiro*; as minisséries *Tenda dos milagres*, *Dona Flor*, *Incidente em Antares*, *Sítio do Picapau Amarelo*, *Castelo Rá-tim-bum*; e os casos especiais dirigidos por Luiz Fernando Carvalho (NOGUEIRA, 2009, p. 13). Dentre estes últimos, incluo uma das produções mais recentes do diretor, exibida em dezembro de 2013, *Alexandre e outros heróis*.

Jacques Le Goff (1983), Irlema Chiampi (1980) e David Roas (2011) são unânimes em demarcar a área de vigência do maravilhoso como os espaços narrativos em que o impossível emerge, porém sem causar espanto ou perplexidade nos personagens e narradores, em um processo de naturalização do extraordinário. Na opinião de Sylvia Nemer (2009, p. 129), também o público de *Hoje é dia de Maria* aceita a subversão das leis físicas no programa facilmente devido à abolição das coordenadas de espaço e tempo na microssérie, o que impulsiona o espectador à esfera do maravilhoso.

Curiosamente, aqui, a microssérie se aproxima das narrativas propagandistas em sentido tradicional, que, na sociedade contemporânea, apresentam-se como “zonas críticas onde a eternidade e a magia permanecem e resistem”, afirma Roberto da Matta (1981, p. 141). No “estranho mundo dentro do anúncio”, para usar palavras de Everardo Rocha, animais falam, objetos se transformam em outros, os feitos mágicos são rotineiros. De repente, a dúvida é suspensão e o insólito institui seu reino nos discursos publicitários:

Sua presença contrasta fortemente com a mentalidade científica e racional da nossa sociedade [...] Fascina-me o mistério que faz com que não nos assuste a economia do seu jogo simbólico. Entre nós, a sociedade da “razão”, um compromisso silencioso e tácito de acreditar no impossível (ROCHA, 1990, p. 25-26).

No programa-propaganda *Hoje é dia de Maria*, acredito que a mensagem é endereçada exatamente a esse espectador que aguarda o impossível, já tendo o maravilhoso como parte de seu repertório de referências – e de maneira bastante consolidada. Baseio minha opinião nas sequências da microssérie em que o extraordinário é chamado em causa por intermédio de metonímias audiovisuais, antecipações, alusões muito breves e fragmentadas, que acionam a memória narrativa do público vinculada a um contexto oral de transmissão. Como exemplo paradigmático dessa estratégia, há o episódio da figueira, que desencadeia a “morte” da protagonista.

Ao ser arrastada com violência até o campo e ter de vigiar as frutas, Maria entoava a canção *Xô, passarinho*, cantiga popular documentada por Mário de Andrade na obra *Melodias do boi e outras peças* (1987). O autor compilou oito diferentes versões da letra em circulação no país ao final dos anos 1930, todas com variações discretas e manutenção do conteúdo primaz. As partituras também sofreram poucas modificações. Andrade descreve-a como uma “melodia episódica”, por ser parte essencial de um conto, motivar uma ação (a descoberta do corpo da criança) e definir o final da história. O autor ressalta ainda a amplitude de alcance obtido pela narrativa e pela canção, espalhadas por praticamente todo o Brasil, graças à atuação das “amas e pretas velhas” no cuidado com as crianças (ANDRADE, 1987, p. 208).

Acresço ao argumento do autor outra possibilidade para a onipresença da canção nas diversas versões da história (uma constante atestada por Câmara Cascudo, s.d.) É por meio da *voz em canto* que a denúncia se materializa. É a palavra cantada que vence a terra, a distância, o tempo e a morte, que permite a restituição da vida e da justiça na ordem das coisas. A persistência de tal recurso narrativo evidencia a relevância da canção para as comunidades interpretativas brasileiras, que perpetuam a história e o impacto da afirmação individual através do canto: "quando falo, minha presença física tende a se atenuar mais ou menos, eu me dissolvo nas circunstâncias. Se eu canto, eu me afirmo, reivindico a totalidade do meu lugar, do meu estar no mundo" (ZUMTHOR, 2005, p. 70). Sobre as *performances* que envolvem a canção, Zumthor frisa que "o efeito vocal dá uma impressão de presença que se impõe, preenchendo um espaço tão material quanto semântico" (ZUMTHOR, 2005, p. 82). A melodia entoada pela criança enterrada ao Pai é a recusa do fim; enquanto houver voz, há um renascimento possível.

Na microssérie, a cantiga tem natureza denunciante tanto quanto a borboleta amarela³², que guia o Pai da casa ao capinzal, incriminando a madrasta homicida ao oferecer uma prova cabal do assassinato: o corpo da criança.

Entretanto, há um detalhe fundamental na execução da cantiga. Nas versões orais do conto, *Xô passarinho* é entoada somente quando a vítima já está sob a terra, a pedir ao Capineiro que não corte seus cabelos (transformados na vegetação que recobre o lugar). Ao passo que, na microssérie, Maria ainda está viva quando cantarola a melodia pela primeira vez, aos pés da figueira, espantando os pássaros; o Pai, em viagem, não pode ouvi-la e o assassinato ainda não foi perpetrado, portanto, a função de denúncia tradicionalmente atribuída à canção perde validade em um primeiro instante. Há que se pensar então qual o novo papel da cantiga e como ela foi ressignificada na passagem do oral para o midiático. Um tópico a ser visto por partes.

³² Tradicionalmente, a borboleta é símbolo de renascimento, beleza e metamorfose, mas, além disso, Adriane Hauschild acredita que, em *Hoje é dia de Maria*, o inseto tem um papel substitutivo, funcionando como o "Capineiro", personagem que em várias versões do conto encontra o corpo enterrado da menina. Como a família é muito pobre no programa televisivo, não faria sentido a existência de empregados no sítio, a borboleta atenderia, assim, a fins adaptativos (HAUSCHILD, 2007, p. 145). Eu gostaria, no entanto, de propor um adendo à leitura de Hauschild, ressaltando a cor escolhida para a borboleta. O amarelo tem relação cromática com a chama da vela, que reacende logo após a ressurreição da criança. A coloração pode, portanto, estabelecer uma conexão entre alma, a vela e a borboleta.

No contexto performático *tête-à-tête*, as variações observadas nas transmissões de *O figo da figueira* são decorrentes das peculiaridades geográficas e culturais de cada região onde a narrativa é recontada. O capinzal que recobre o corpo de Maria na microssérie é um roseiral entre os narradores lusitanos. Em solo francês, a Madrasta é levada aos tribunais e sofre as sanções da lei pelas intenções homicidas; no Brasil, ignora-se seu destino ou, no máximo, a pena imposta à antagonista é um castigo divino (DIAS, acesso em: 22 nov. 2009), reflexos do grau de credibilidade das instituições judiciais em cada país.

Sobre a variedade de versões orais, Jean-Noël Pelen é enfático ao afirmar que as diferenças são não somente inevitáveis como muito bem-vindas. São as variantes que permitem observar mais atentamente as formas de uso das narrativas, as adequações ao contexto de produção e circulação do conteúdo, que tornam as histórias e narradores documentos vivos de uma comunidade interpretativa (PELEN, 2001, p. 51). Diana e Mário Corso lembram que é fácil incorrer no equívoco de se criar uma hierarquia falaciosa, de que quanto mais antiga a versão, mais verdadeira, mais autêntica ela seria. Porém, o exame atento dos contos e suas diferenças desmistificam essa crença, evidenciando que a única hierarquia possível se dá entre os contos bem estruturados e os frágeis, entre “os que mais facilmente nos colocam em cenários onde as paixões humanas encontram vazão e os que o fazem com alguma dificuldade” (CORSO; CORSO, 2006, p.144).

Já no âmbito audiovisual da microssérie, a canção *Xô, passarinho* é preservada nos quesitos melódicos e na composição da letra, mas sua execução é duplicada e antecipada em relação ao andamento da história. Pouco depois de a Madrasta apresentar a tarefa de vigilância aos figos e assim que Maria se vê aos pés da árvore, ela entoia a cantiga, o que, em tese, estaria quebrando o jogo de expectativas do público, ao adiantar a denúncia sobre o ato homicida. Bom, isso se fosse em um produto convencional.

Compreendendo *Hoje é dia de Maria* como uma propaganda dos contos populares e da cultura oral, este é primeiro exemplo, dentre vários outros no decorrer do programa, em que se rejeita a adaptação pura e simples, *pari passu*, para dar lugar à hipervalorização de referências, pistas, memórias em torno dos contextos de circulação oral em detrimento da condução linear do enredo. Lembrar do conto já conhecido, desfrutar do prazer do reconhecimento, é mais importante que acompanhar a repetição literal da intriga. Afinal,

deve haver algo particularmente atraente nas adaptações *como adaptações* (...) parte deste prazer advém simplesmente da repetição com variação, do conforto do ritual combinado à atração da surpresa. O reconhecimento e a lembrança são parte do prazer (e do risco) de experienciar uma adaptação; o mesmo vale para a mudança. A persistência temática e narrativa junta-se à variação material (ROPARS-WUILLEUMIER *apud* HUTCHEON, 2011, p. 25).

O maravilhoso, aqui, é endereçado a um leitor-modelo conhecedor de suas causas e efeitos, apreciador de longa data da história e que tem na canção a porta de acesso a um universo mais amplo, oral, que é ou foi um dia também seu. Um fragmento que se converte em ponte, condensação persuasiva propagandista. *Xô, passarinho*, por si só, é a Gabriela carvalheana sobre o telhado.

As demais cantigas têm função similar, ainda que de maneira menos evidente. Além de atentar para o conteúdo das letras (que muitas vezes substituem os diálogos), o espectador deve compreendê-las como um recurso mnemônico globalizante, responsável por reconstituir cenas orais de interação, como cantos de trabalho³³, cantigas de adeus³⁴ e canções de moral edificante³⁵.

Mas todo esse investimento na instituição de uma atmosfera popular e oral passa por um processo de legitimação, a fim de “habilitar” a transcrição dos contos populares junto a um público letrado e com repertório variado de bens culturais. Legitimar, neste caso, corresponde à atribuição de prestígio, respeitabilidade e *status*, de modo a agregar valor e capital cultural a um dado produto. No caso da produção seriada teledramatúrgica de curta duração, legitimidade é palavra de ordem no contexto de produção e recepção, já que se trata de um espaço consagrado à adaptação de obras literárias renomadas, à experimentação de linguagem, à convergência interartes e à mobilização de recursos humanos e financeiros muito superior à média. Nas palavras de Ana Maria Balogh (2005), lida-se com o *crème de la crème* da faixa nobre.

Não afirmo aqui que as narrativas vinculadas à cultura popular e de circulação oral careçam de qualidade ou predicados suficientes para se converterem

³³ Como *Formiguinha*, cantada por Maria em um breve intervalo dos trabalhos braçais impostos pela Madrasta (“A formiguinha da rosa endoideceu / com a dor de cabeça que lhe deu / Ai, pobre, ai pobre formiguinha / põe a mão na cabeça e faz ansim e faz ansim”).

³⁴ Um exemplo é *Rosa Amarela*, cantiga que Maria interpreta quando o Pai viaja à cidade (“Olha a rosa amarela / Rosa / Tão bonita e tão bela / Rosa / laiá, meu lenço, ô laiá / Para me enxugar, ô laiá / Que esta despedida, ô laiá / Já me faz chorar, ô laiá”).

³⁵ A mais importante na microssérie é *Constante*, espécie de *leitmotiv* de Maria ao longo da série (“Constança, meu bem Constança / Constante sempre serei / Constante até a morte / Constante eu morreréi”).

em temas de séries. Muito pelo contrário. Mas há que se destacar que a poesia oral e a produção estética de origem popular foram sistematicamente excluídas dos parâmetros “cultos” de validação artística, como ato-reflexo da hierarquia secular entre baixa e alta culturas. Mesmo no universo literário (ou talvez principalmente nele), a oralidade e tudo a ela relacionado foi rotulado com os prefixos “para” e “sub”, com claro sentido de rebaixamento e subordinação à lógica grafocêntrica, como explica Frederico Fernandes (2012, p. 141).

A explicação para esse fenômeno pode ser devido à dificuldade de a história literária contemplar objetos que a situam no campo fronteiroço da arte literária – como a voz, o vídeo, o movimento – em que a escrita torna-se, quando muito, apenas um dos elementos do poema. Mas isso não é ainda uma justificativa para o fato de que tudo o que diz respeito ao oral, ao menos na história da literatura brasileira, seja interpretada à luz do folclore, do popular ou como uma simplória “paraliteratura” (FERNANDES, 2012, p. 141).

E o que ocorre no âmbito literário não difere das demais áreas de produção e crítica artísticas. No Brasil, foi somente a partir da Semana de Arte Moderna de 1922 que se iniciou um movimento consistente de reconhecimento e valorização das fontes narrativas orais populares, tanto nas Letras, quanto na pintura, escultura e música e arquitetura³⁶, tendo como pilares Mário de Andrade, Oswald de Andrade, Anita Malfatti, Heitor Villa-Lobos, Di Cavacanti, Menotti Del Pichia, Guilherme de Almeida, dentre outros. Como toda tendência vanguardista, o Modernismo enfrentou a resistência de correntes conservadoras e suas propostas ainda hoje soam subversivas, em especial as que propõem a mescla entre a produção nacional não-canônica “enraizada” e os modelos eruditos consagrados pelas belas artes. Não à toa *Hoje é dia de Maria* foi buscar em nomes modernistas o alicerce para alçar voos qualitativos mais altos e amealhar capital cultural compatível com a proposta antinaturalista do programa. Percebe-se que legitimar os contos populares tradicionais ainda é uma tarefa em construção, seja no âmbito das minisséries, seja em outros domínios.

Além da influência modernista advinda das artes plásticas, da poesia e da música, *Hoje é dia de Maria* também utiliza como estratégia de validação das poéticas orais populares seu próprio elenco, justamente a interface de maior visibilidade na vitrine televisiva. Emiliano Queiroz, André Valli, Ricardo Blat e Stenio

³⁶ Um movimento que, posteriormente, atingiria também outras esferas de atuação estética, como o teatro, além de influenciar artistas de gerações seguintes, como os tropicalistas, nos anos 1960.

Garcia são alguns dos atores que deram respaldo e lastro à atração, pela larga experiência adquirida nos meios televisivos, cinematográficos e teatrais. Mas possivelmente nenhum nome é tão importante em termos de transferência de credibilidade à microssérie quanto o de Fernanda Montenegro. Considerada a primeira dama do teatro brasileiro, a atriz dá vida à Madrasta manipuladora de Maria e, ao fazê-lo, rompe uma lógica de adequação cronológica cara à TV, aproximando o programa da engrenagem teatral.

Produções audiovisuais tendem a adotar critérios de verossimilhança calcados na imagem. Por esse viés, a octogenária Montenegro não poderia encarnar a mãe biológica de uma menina de oito ou nove anos como Joanhina. No teatro, contudo, é comum aos atores o privilégio de interpretar papéis de faixas etárias muito diversas das suas, sendo a experiência de Cacilda Becker uma das mais citadas para ilustrar a situação nos palcos brasileiros³⁷. Em *Hoje é dia de Maria* há, deste modo, um encadeamento de associações: a Madrasta é uma personagem, vivida por Fernanda Montenegro, que é uma consagrada atriz de teatro, que pode ter assim uma “licença” especial para fazer na TV o que realiza nos palcos, fato que aciona conhecimentos extratextuais do espectador (mesmo daquele desinformado sobre os modernistas ou sobre a obra de Sílvio Romero e Câmara Cascudo). Vê-se, portanto, que a estratégia de legitimação do produto se dá em vários níveis, criando para si um público interessado na teledramaturgia fora do lugar comum, seja pela temática, pela ambientação ou pela escalação de elenco em papéis inusitados.

Mas há que se pensar também na legitimação sob outro ponto de vista, a partir do texto imagético. Cada atração midiática estabelece sua própria visualidade a partir de uma dupla alternância entre o cumprimento dos cânones de representação plástica e a experimentação de novas tendências e tecnologias. É na dosagem desses dois pêndulos que a identidade visual se estabelece. No caso de *Hoje é dia de Maria*, a retomada pictórica literal por meio do ciclorama, associada ao emprego de uma luz de alto impacto e ao estilo de direção com requintes cinematográficos, também contribuem para atribuir à transcrição dos contos populares um *status* superior ao restante da grade televisiva. Uma estratégia que

³⁷ Em 1950, aos trinta anos, Cacilda Becker obteve estrondoso sucesso de crítica e público ao interpretar um pré-adolescente na peça *Pega Fogo*, de autoria de Jules Renard e direção de Zbigniew Ziembinski. Ainda hoje, um dos papéis mais celebrados da carreira da artista.

Sarah Cardwell estuda a partir da adaptação de novelas clássicas para a televisão britânica e, sobretudo, da geração de expectativas do espectador em relação ao estilo dos programas. Para a autora, o público de antemão já espera cenas majestosas, bem elaboradas, “pictóricas”, encadeadas suave, lenta e cuidadosamente por meio de planos gerais e panorâmicos, de preferência em cenas com câmera em movimento e tomadas longas, sem muitos cortes, acompanhadas por uma trilha sonora apenas orquestrada, sem letra, muitas vezes clássica e sempre elegante. Isto é, uma série de “marcadores de qualidade” oriundos do cinema e não dos textos literários adaptados (CARDWELL, 2002, p. 79-80).

As observações de Cardwell são pertinentes ao revelar o quão arbitrárias podem ser as táticas de legitimação de produtos e temáticas. Por exemplo, não existem aspectos intrínsecos à música clássica que a vinculem a sofisticação de personagens ou situações. Se os realizadores e espectadores facilmente efetuam essa associação é graças às convenções de uso, à experiência e ao repertório acumulados no contato com bens culturais prévios, a partir de padrões canônicos ocidentais que instituíram essa tradição de consumo. *Per se*, as composições de Giovanni Vitali, Sebastian Bach, Carlos Gomes, Amadeus Mozart ou de qualquer outro músico clássico podem embalar todo tipo de cena, da trágica à cômica, da rebuscada à *kitsch*.

Em *Hoje é dia de Maria*, no entanto, percebo um menor teor de aleatoriedade e maior o zelo em não tornar gratuito ou pouco embasado o movimento de legitimação e atribuição de prestígio. Se os contos populares são abordados em pé de igualdade com referências eruditas, pelo menos há o cuidado de selecionar produções canônicas que dialogam com o popular. Daí a recorrência aos modernistas, que atingiram a consagração artística e acadêmica propondo o retorno criativo às raízes interioranas brasileiras. O objetivo, nesse caso, é de formar um todo coerente, a despeito do tom maravilhoso do programa (que parece à primeira vista rejeitar qualquer menção à lógica formal).

Nesse processo de transferência de capital cultural de referências mais eruditas para contos populares, a microssérie estabelece associações entre a temática, os bens culturais empregados como ancoragens qualitativas e o espectador, acionando uma série de correlações simbólicas que vai gerar uma

espécie de efeito dominó³⁸ entre aspectos da produção e do consumo: o programa assegura que as poéticas e a cultura oral tradicionais são dignas de reconhecimento por estarem vinculadas a marcadores culturais já consagrados; por tabela, tal correlação permite que o espectador também seja tido como pertencente a um grupo diferenciado de consumidores. As iniciativas categorizadoras agregam valor aos contos populares não apenas por evidenciar suas qualidades narrativas intrínsecas, mas por analogia, ao revestir as histórias tradicionais de referências extratextuais. Também por consequência, a audiência adquire *status*, já que o consumo de determinados bens, em tese, equivale a um estilo de vida, ao pertencimento a grupos sociais específicos e ao repertório cultural adquirido ao longo da vida (COVALESKI, 2010b, p. 65).

Segundo Everardo Rocha (1990, p. 23), esses são mecanismos clássicos da publicidade e da propaganda, que institucionalizam as diferenças entre tipos de produtos e tipos de consumidores, fazendo-o não por uma essência reconhecível e sim por questões de relação, como em um mapa de consumo, um cartograma que permite ao consulente localizar um espaço desejado por meio da relação de proximidade, distância ou diferenciação entre os diversos elementos assinalados no documento. Propagandas em formato convencional ou híbrido fazem exatamente isso. No fluxo incessante de produtos, serviços e bens em que os indivíduos estão inseridos, os discursos persuasivos sinalizam posições, possibilitando a construção de afinidades e roteiros de percurso identitários (ROCHA, 1990, p. 69).

É assim que os pezinhos descalços de Maria, quando banhados pela iluminação epifânica e de efeito pictórico, não são reconhecidos como desleixo ou desaire, mas como símbolos de contato direto com o solo-raíz. Sob os arranjos clássicos de Tim Rescala, o português “errado” parece se encontrar com a nobreza de alma, em um contágio relacional “inevitável”. E, em uma esfera mais ampla, o artesal-rural-atemporal é posicionado hierarquicamente em um degrau acima de tudo que é industrial, urbano e contemporâneo, posto que, em *Hoje é dia de Maria*, o campesino está atrelado a marcadores qualitativos de peso, inclusive ao próprio gênero do programa: as poéticas orais ganham *status* porque a série ficcional que

³⁸ Termo que designa uma reação em cadeia, quando o deslocamento de uma peça no jogo gera a movimentação das seguintes, comprovando a interligação entre cada parte do conjunto.

as acolhe ocupa um espaço social mais valorizado que o das telenovelas, em correlatos hierárquicos audiovisualmente estruturados.

Mas existe ainda outra face no processo de legitimação nos meios audiovisuais que não pode ser ignorada. Se a TV busca agregar valor aos seus produtos, em especial nos espaços seriados, utilizando referências muitas vezes extratelevisivas, o inverso também é verdadeiro. As séries têm se revelado instâncias de reconhecimento de qualidade e de visibilidade para artistas e bens culturais fora das telas. Como destaca Márcio Pizarro:

Nesta zona de produção em arte, o vídeo tem demonstrado ser uma mídia de grande capacidade de exploração, por conta de ser uma zona entre – imagens e um modo de promover visibilidades – de fazer ver algo da ordem do registro –, transformando-as em visibilidades estáveis em torno do mundo contemporâneo (PIZARRO, 2008, p. 2).

Os exemplos mais evidentes desse fenômeno provêm do mercado editorial. De um lado, os livros fornecem enredos e personagens que dão fôlego a minisséries mais aprimoradas; de outro, o veículo televisivo estimula o interesse renovado nas obras literárias³⁹. Mesmo nos casos de audiência aquém da desejada, como a versão audiovisual de *Os Maias*, também dirigida por Luiz Fernando Carvalho, a vendagem dos livros adaptados ganha um acréscimo significativo durante e após a exibição do programa, como lembra Brasil Júnior *et al.* Quando o público prestigia a contento a atração televisiva, melhor ainda. O livro *A casa das sete mulheres*, de autoria de Leticia Wierzochowski, vendeu treze mil exemplares no período de um ano após seu lançamento. Com a estreia da minissérie homônima, atingiu o número de trinta mil volumes comercializados em apenas três semanas (BRASIL JÚNIOR *et al.*, 2004, p. 7).

Ao instituir para si um leitor-modelo mais exigente, as séries acabam por atingir um espectador empírico que tende a ser também leitor (e pode ser ainda apreciador de artes plásticas, cinéfilo, etc.). No caso de *Hoje é dia de Maria*, isso é tão evidente que logo surgiu um nicho de mercado paralelo e correlato ao programa, interessado no consumo do *making of* da série, na publicação dos roteiros, no registro fotográfico das gravações e na exposição de figurinos e adereços utilizados em cena. Isso sem mencionar os DVDs do programa, que permitem novas fruições

³⁹ Vale lembrar as capas de livros que hoje exibem a cena de um filme ou de um programa televisivo.

ao bel prazer do tempo, disponibilidade e interesse do público. Esses são indícios de que o programa atingiu um espectador capaz de compreendê-lo e fiel o suficiente para expandir o consumo para além da exibição televisiva restrita. Ou seja, houve penetração⁴⁰, cobertura⁴¹, frequência⁴² e pressão publicitárias⁴³ suficientes para que se chegasse a um determinado público-alvo empírico. Principalmente, houve internamente, nas engrenagens narrativas do programa, a mobilização de elementos capazes de promover o *engajamento* do leitor-modelo em relação ao produto, algo não muito fácil em se tratando da interseção entre o consumidor de padrão elevado e o meio televisivo.

O engajamento do leitor-modelo corresponde ao nível de envolvimento entre o produto e o sujeito a quem ele é endereçado (SANTOS, 2005, p. 126), uma relação que pode abranger desde um contato diminuto e circunstancial até o envolvimento duradouro e frutífero, capaz de gerar o consumo de subprodutos, como ocorreu no caso de *Hoje é dia de Maria*.

Mas quando se fala em apropriação midiática é importante mencionar que índices de audiência e vendagem são indícios relevantes, mas não representam categorias finais em se tratando do grau de engajamento do público. O envolvimento com os produtos deve ser entendido como “uma forma de *posicionamento* que os transforma em objetos culturais”, ressalta Jeder Janotti Jr (2003, p. 11, grifo meu), ou seja, quando o consumo se relaciona com atitudes sociais e políticas.

Se afirmo que *Hoje é dia de Maria* é um programa que requer um elevado grau de engajamento do espectador, isso quer dizer que o resultado do aparato técnico envolvido e da temática tratada exige uma resposta constante do público em relação ao que se desenrola na tela. São contínuas, ainda que muitas vezes inconscientes, decisões sobre reconhecimento/distanciamento, acompanhamento/distração, afetividade/racionalidade, apropriação/rejeição em torno de narrativas associadas às concepções de cultura popular, oralidade e poéticas orais tradicionais. Em certo sentido, ideias que se confundem com o próprio

⁴⁰ Porcentagem populacional atingida pela campanha de publicidade ou propaganda exibida em determinado meio (SANTOS, 2005, p. 143).

⁴¹ Extensão territorial atingida pela campanha de publicidade ou propaganda (SANTOS, 2005, p. 143).

⁴² “Número provável de vezes em que uma unidade de consumo (um indivíduo, um domicílio ou uma organização) receberá a mensagem” (SANTOS, 2005, p. 144).

⁴³ “Intensidade de veiculação das peças de uma determinada campanha em um dado período” (SANTOS, 2005, p. 144).

conceito de brasilidade, como ressaltam os realizadores da microssérie ao se referirem à retratação do “Brasil profundo”, isto é, quando a discussão desagua em questões identitárias.

Frith (1998), Canclini (1995, 1997) e Janotti Jr (2003) estudam as relações entre identidade e o consumo de objetos culturais e, principalmente, investigam como o público entra em negociação com as ofertas midiáticas disponíveis, convertendo-as em moeda e capital cultural na sociabilidade cotidiana. Tal intercâmbio entre bens e consumidores é tão abrangente que atinge sujeitos de todas as classes sociais, a partir de diversos níveis de escolhas mercadológicas, independentemente de *background* cultural do indivíduo. Frith cita como exemplos as escolhas subjetivas vinculadas à cartela de opções do mundo da moda e da indústria fonográfica, quando o indivíduo se posiciona publicamente (ainda que nem sempre de forma verbal) acerca de preferências, rejeições e afinidades com o restante da população (FRITH, 1998, p. 18). A partir do consumo proposto pela rede de produção, atribui-se valor e sentido a certos bens culturais, transformando-os em instrumentos de identidade e sociabilidade.

Isso não significa, todavia, que o ato de apropriação seja destituído de ambiguidades. Como espectador(a), posso dedicar meu tempo a programas teledramatúrgicos que abordem as poéticas orais tradicionais brasileiras, como *Hoje é dia de Maria*, e, em seguida, assistir a um filme norueguês vanguardista ou à reprise de uma telenovela latino-americana oitentista. À progressiva diversificação de ofertas corresponde a maior complexidade dos atos de consumo individuais.

Hoje, é comum encontrar nas feiras das metrópoles produtos artesanais expostos ao lado das novidades eletrônicas, reordenando a fronteiras do que antes era reconhecido como espaços diferenciados. Ao contrário da visão tradicional, que colocava a identidade ao lado do centro de expressões do sujeito, hoje as identidades são descentradas, construídas sobre os fragmentos das paisagens urbanas contemporâneas [...] A antiga estabilidade dá lugar a vestígios que muitas vezes são tensivos [...] agora, os processos são múltiplos, criam diferentes modos de posicionamento para um mesmo indivíduo, o que parece não significar uma perda do centro e uma conseqüente desintegração do social, e sim, um reordenamento que permite uma vivência policêntrica (JANOTTI JR, 2003, p. 12-13).

O descentramento, a instabilidade e o policentrismo citados por Janotti Jr é que me permitem aqui escolher um determinado ângulo de análise. Apesar de afirmar que *Hoje é dia de Maria* retrata uma identidade brasileira calcada na poesia oral, na cosmovisão popular e na geopoética interiorana, do ponto de vista de construção do leitor-modelo, não é possível falar em instituição de identidades fixas e estáveis, mas na proposição de posicionamentos. Lugares a serem temporariamente ocupados no instante da fruição e que podem se estender um pouco além, a depender do quão bem sucedido for o programa na formação de uma memória residual junto ao espectador⁴⁴. O público-alvo não é, ele está.

Assim, ao reconhecê-lo como oscilante, movente e instável, devo retomar aqui a ideias ou presunções de que o leitor-modelo de *Hoje é dia de Maria*, é letrado e urbano, mas tem conhecimento (mesmo que apenas midiático) do universo rural brasileiro e de parte do acervo de narrativas populares orais em circulação no país. Como um consumidor de minisséries, ele está a par de mecanismos de transcrição e acompanha adaptações ora literais ora subversivas, bem como lida com certa frequência com experimentalismos na linguagem audiovisual. Tendo sido apresentado ao contexto cenográfico, musical e performático do produto, o espectador também deve estar atento ao embate entre tradição e contemporaneidade latentes do discurso teledramatúrgico, que põe em choque a noção de Brasil “arcaico” e poético, com o país atual não explicitamente mencionado (mas presente) na microssérie. O leitor-modelo precisa ainda acionar sua memória afetiva no que tange às narrativas maravilhosas e estar pronto a reconhecer o valor das histórias enraizadas, que tratam da terra e do trabalho, da transcendência e da poesia. Precisa reconhecer o quão violentos podem ser os arroubos e os desafios da infância e, principalmente, engajar-se durante a fruição do produto, garantindo que os capítulos sejam acompanhados independentemente da passagem dos dias entre uma exibição e outra.

Se minhas reflexões até aqui forem razoáveis e o parágrafo anterior apresentar, pelo menos parcialmente, um esboço plausível do leitor-modelo de *Hoje é dia de Maria*, chego a uma conclusão importante. A instância textual construída no/pelo texto para ser preenchida pela audiência distancia-se significativamente dos

⁴⁴ Quando bem sucedida, uma peça de publicidade ou de propaganda repercute mesmo nos períodos sem veiculação direta. Um fenômeno a que os autores se reportam como memória residual (SANTOS, 2005, p. 147).

personagens exibidos na tela. A série seria direcionada a um espectador que aprecia a beleza bucólica, mas que nada precisa saber, de fato, sobre os labores práticos da vida no campo. O produto nasce para quem nutre certa nostalgia pelos valores tradicionais, mas é capaz de questioná-los em nome das conquistas sociais contemporâneas (no último capítulo da Tese, fica evidente a recusa à tradição, quando abordo a rejeição de Maria à porção passiva da Cinderela). O programa atende ao anseio pela aparente simplicidade narrativa, mas só expande a pleno vapor sua rede de semântica se o público for capaz de reconhecer as influências eruditas de que a atração se apropria. Assim, vê-se que *Hoje é dia de Maria* retrata uma porção do Brasil, mas se destina a outra. E para atender às expectativas desse leitor – que é modelo no interior do texto e concreto do outro lado da tela – constrói-se uma atração tecnoestética calcada em um *ideal* de cultura oral. Para dialogar com o público urbano, contemporâneo e cosmopolita, nasce uma propaganda das poéticas orais tradicionais, um recorte e, dentro desse recorte, uma versão ficcional. Um empreendimento audiovisual que envolve e orienta o espectador sobre possíveis posicionamentos em torno da temática, aliás, como toda boa propaganda costuma ser: uma ferramenta de promoção de engajamento entre mensagem e receptor.

Especificamente sobre o engajamento, que me parece uma peça central em se tratando de público-alvo, penso que o conceito de *cult* seja salutar para compreender que lugar *Hoje é dia de Maria* reserva às poéticas orais tradicionais e ao seu próprio espectador.

O termo possui várias acepções tanto por parte da crítica quanto do grande público, mas todas partilham uma ideia geral de “culto”, não como adjetivo referente à erudição, mas proveniente do verbo “cultuar”. Como a grafia sugere, o termo surgiu nos Estados Unidos, em 1980, com o lançamento do livro *Cult movies*, do crítico cinematográfico Danny Peary. Na obra (hoje esgotada), o autor define *cult* como uma modalidade de filmes sem expressão comercial relevante no período de seu lançamento, mas que posteriormente amealharam um restrito e fidelíssimo grupo de fãs, por vezes obsessivos em relação à obra. O grande orgulho por parte dos admiradores seria o de destacar-se do público mediano, descobrindo valor onde ninguém mais o percebeu, salvo alguns poucos e perspicazes companheiros (PEARY *apud* BRESSAN, 2008, p. 4).

Posteriormente, outros bens culturais foram considerados *cult*, como livros, quadros e músicas. Também o conceito sofreu variações pelo uso. A mais

controversa provavelmente é a identificação de produtos de baixíssima qualidade como *cult*, como aconteceu com os chamados filmes “B”. Frutos de orçamentos acanhados e contando com equipes técnicas e artísticas deficientes, as películas apresentavam resultados duvidosos e posteriormente conquistaram espectadores devotos por atrativos muitos diversos daqueles que pretendiam seus realizadores: eles se tornaram risíveis. Nos Estados Unidos, Edward Wood Jr é possivelmente o cineasta *B-cult* mais lembrado; no Brasil, o título é de José Mojica Marins, o Zé do Caixão.

No outro extremo da aplicação, a terminologia costuma ser empregada em contextos onde está em jogo o embate entre *mainstream* e *underground*, isto é, no epicentro do campo tensivo entre o que é altamente consumido como produto-padrão massivo e as produções alternativas, fora do alcance do grande público. O *cult*, nesse caso, diria respeito a produtos voltados a um segmento restrito, peculiar, exigente, refinado, pouco interessado nos arrasadores sucessos comerciais, formado por consumidores contumazes de bens simbólicos de circulação limitada. Nessas circunstâncias, a expressão se aproxima do que Walter Benjamin chama de “valor de culto”, ou seja, a ascensão cultural de uma obra – com aquisição de uma “aura” de prestígio – graças a sua obscuridade e ao grau de dificuldade de acesso à fruição (BENJAMIN, 1994).

Em se tratando da análise de *Hoje é dia de Maria* e da concepção de comunicação tecnoestética, penso que cabe aqui uma ideia de *cult* que tenha em vista a possibilidade de um produto massivo de qualidade, voltado a um nicho de consumo não tão abrangente quanto os *blockbusters*⁴⁵ televisivos, nem tampouco circunscrito a um grupo diminuto de privilegiados. Os estudos de Mahomed Bamba e Umberto Eco são bastante úteis para elucidar a existência desse *cult* não tão radical.

Para Bamba, uma obra dificilmente é concebida com o intuito de tornar-se objeto de veneração. “A leitura *cult* pode ocorrer contra a intencionalidade das instâncias responsáveis da criação do filme, isto é, à revelia da *intentio auctoris*” (BAMBA, 2011, p. 145). Esse seria um rótulo reservado ao âmbito do consumo, decorrente da “comunicação singular” que se estabelece entre texto e público, mas sempre consequência direta do prazer estético obtido a partir da fruição do artefato

⁴⁵ Em inglês, literalmente, “arrasa quarteirão”. O termo se refere a bens culturais que atraem multidões às salas de exibição, livrarias ou casas de shows, convertendo-se em sucessos quase imediatos na indústria cultural.

cultural e não exatamente uma imposição da crítica ou de demais instâncias de consagração. É por isso que Bamba invoca Iser, ao lembrar que o próprio texto libera “o potencial de efeito” previsto em suas estruturas narrativas. Do interior da obra, proviriam os fatores que inspiram o envolvimento afetivo por parte do público (BAMBA, 2011, p. 146).

Eco, por sua vez, define *cult* como um fenômeno da ordem do contato da obra com outros textos. Examinando as razões para a longevidade do fascínio em torno do filme *Casablanca*, de 1942, o teórico italiano não aponta os aspectos estéticos exclusivos do produto como causas do sucesso da película, mas sim a ampla rede intertextual que o filme aciona. Para o autor, *Casablanca* não seria *um* filme, mas muitos, uma espécie de antologia, uma “orgia de arquétipos sacrificiais” exibidos em sequência, que aludem a dezenas de outros textos (ECO, 1984a, p. 266). A intertextualidade, segundo Eco, é o eixo da estruturação *cult* e torna o filme um sucesso porque evoca outras tantas sequências que já foram bem sucedidas na história do cinema e em demais manifestações expressivas.

Acredito que *Hoje é dia de Maria* tenha em seu interior elementos suficientes para atrair e agradar um nicho específico de espectadores e, sobretudo, pujança para instituir para si um leitor-modelo que a reconheça como potencialmente *cult*, como descreve Bamba. Por outro lado, também é impossível desconsiderar as relações intertextuais estabelecidas ao longo do programa, portanto, as ideias de Eco fazem igualmente sentido no caso da microssérie. Ao reinterpretar, legitimar e atribuir valor às manifestações poéticas orais tradicionais, dispondo-as ao lado de referências eruditas – muitas já consideradas, por si só, objetos de culto – *Hoje é dia de Maria* torna-se *cult*.

Porém nem só de interessados em obras radicalmente dissonantes do *mainstream* sobrevive a audiência de um produto massivo. O espectador mediano, que pode ou não reconhecer as alusões intertextuais, também precisa ser contemplado. Acredito que uma maneira de cativá-lo seja a rejeição a uma estratégia rotineira na produção audiovisual convencional, a de uso dos contos e elementos da cultura popular tradicional como mero pano de fundo da história primaz.

Explico. As histórias orais no programa não são um conteúdo à parte que dá graça ao enredo dominante, elas são o próprio núcleo irradiador da trama. O elenco cardinal, sobretudo Maria, vivencia cada acontecimento e reviravolta

relacionada aos contos populares, contrariamente ao que ocorre numa boa parte da teledramaturgia seriada hodierna, em que o casal de protagonistas supera um certo número de incidentes encadeados e apenas assiste às subtramas paralelas, normalmente segmentadas em núcleos: segmento humorístico, segmento suburbano, segmento de campanhas sociais⁴⁶, etc., situações em que, às vezes, a cultura oral é tratada.

Tome-se como obra comparativa à microssérie a telenovela *Saramandaia*⁴⁷, sucesso em 1976 e até hoje lembrada pelo impacto do realismo fantástico na TV brasileira. Havia no programa um governante aparentemente austero, mas que expelia formigas pelas narinas; uma mulher comia até explodir; outro personagem cortava suas asas, porque seria rejeitado pela população se o segredo alado se tornasse público. Todos esses elementos eram espécies de suplementos de descrição mágica que caracterizavam um vilarejo subjugado pelo poder econômico, onde situações insustentáveis eram arrastadas até o limite (a explosão de dona Redonda é o exemplo mais cabal), preparando o terreno para uma mudança social e política no lugar. O maravilhoso, na novela de Dias Gomes, comparece como um instrumento para suscitar a discussão primordial e não como um fim em si mesmo.

Já em *Hoje é dia de Maria*, o extraordinário não é um acessório gracioso, metáfora para discutir o mundo extratextual, ele é o próprio universo narrativo. Maria não acompanha distanciadamente os contos populares a que coadjuvantes dão vida, em histórias menores. Tudo é *dela* e é *ela*. De certa forma, nesse aspecto há, de fato, um mecanismo que aproxima *Hoje é dia de Maria* de uma ótica infantil de vivenciar os contos populares. Crianças assistem e tornam-se heróis das narrativas, simultaneamente. Como explicam Diana e Márcio Corso a partir dos estudos de Piaget, os pequenos são espíritos que pouco distinguem o “eu” do mundo exterior, de tudo participam e acreditam que sobre tudo podem agir,

⁴⁶ Tornou-se procedimento padrão que, em cada produção teledramatúrgica seriada, um pequeno grupo de personagens, muitas vezes com laços frágeis com os protagonistas, retratem polêmicas atuais ou suscitem algum tipo de mobilização pública em prol da resolução de problemas graves, como a violência doméstica, o alcoolismo, o uso de entorpecentes ou a gravidez precoce.

⁴⁷ Telenovela escrita por Dias Gomes, com direção de Walter Avancini, Roberto Talma e Gonzaga Blota, exibida pela Rede Globo entre 3 de maio e 31 de dezembro de 1976. A história era ambientada em um pequeno município fictício e, sob o pretexto de discutir um plebiscito sobre a troca do nome da cidade, tratava do embate político entre tradicionalistas e “mudancistas”, bem como as lutas pelo controle do território. Em 2013, uma nova versão da telenovela foi levada ao ar pela mesma emissora, de 24 de junho a 27 de setembro, com texto de Ricardo Linhares e direção de Denise Saraceni e Fabrício Mamberti (MEMÓRIA GLOBO, acesso em 15 jun. 2013).

comumente distinguindo com pouca nitidez a exterioridade, a aparência de exterioridade e o sonho de exterioridade (CORSO; CORSO, 2006, p.194).

A estratégia teledramatúrgica de traduzir os contos tradicionais em uma só personagem hipertrofiada, em torno de quem tudo gira, promove uma espécie de “individualização” no tratamento da cultura oral, o que é um artifício potente de transcrição e propaganda das poéticas orais tradicionais. Isso porque tal abordagem permite ao espectador uma dupla oscilação: ora rememorando os textos anteriores que deram origem ao programa (ou seus resquícios), ora experienciando as narrativas em presença, isto é, ancorada na versão em curso. Nas duas circunstâncias, a história se desenrola a contento. Pairam sobre *Hoje é dia de Maria* os contos que embalaram o público em suas noites de avós e avas, para utilizar termos de Cascudo, contudo, se este repertório é falho ou incompleto, é a partir do que se mostra concretamente na tela que as narrativas ganham corpo, voz e vida por meio dos personagens. Se a microssérie é a ponte entre tramas seculares e o espectador contemporâneo, Maria é o fiel da balança nessa equação ficcional.

Como é de se esperar, ocasionalmente a dupla operação entre lembrança e fruição atual pode suscitar embates conflitivos e concorrenciais. Há a memória de versões anteriores e há modificações que a audiência percebe na microssérie, o que gera estranhamentos, recuos e lacunas no processo de recepção. Desafios com que o público se depara e que o tornam, em boa medida, também *um adaptador*. Ao reelaborar o que conheceu pregressamente e assistir a roupagem atual das histórias, parte da transcrição torna-se tarefa do público, um fenômeno que passa pela memória narrativa e pelo domínio da linguagem televisiva contemporânea (sim, acredito que o espectador entende dos meandros audiovisuais por sua experiência como apreciador, ainda que muitas vezes não saiba formular sua compreensão em termos formais).

Nesse sentido, experimenta-se a obra transcrita realmente *como adaptação*, ou seja, como a face dual de um processo transgeracional, decorrente das histórias que os antepassados teciam e do conjunto ficcional hodierno, no caso em questão, audiovisualmente. Daí falar na lateralidade ou coexistência de versões em *Hoje é dia de Maria*: o antigo que é chamado em causa corre em paralelo à transformação que obrigatoriamente o meio televisivo acarreta.

E esse é um processo complexo que apenas se inicia no primeiro episódio, com a fuga de Maria de um lar despojador e abusivo. Serão necessários

outros sete capítulos para que a transcrição e a propaganda das poéticas e cultura oral tradicional se efetivem junto a um leitor-modelo construído pelo texto. Para entender como o mecanismo narrativo funciona, há de se acompanhar os passos da menina, do Pai e da Madrasta estrada afora, respectivamente em busca das franjas do mar, do perdão pelos erros cometidos e do suposto tesouro aberto pela chavinha que Maria carrega sob o vestido, que a Madrasta crê ser ouro.

Hoje é dia de Maria se alinha às tantas histórias de crianças que abandonam ou são expulsas de casa, narrativas de antecipação de riscos, medo e domínio da vida extramuros que cedo ou tarde todos enfrentam, nas “incursões pelo mundo proibido longe da proteção familiar” (KEHL, 2006, p. 18). A estrada e a viagem que afastam a menina do conhecido são a transição para o amadurecimento, quando ela deixa parte da infância – reino dos pais e dos irmãos – para descobrir os estranhos do caminho, o grande Outro. E é no reconhecimento da alteridade que a microssérie realmente abraça o sentido das poéticas orais tradicionais, tornando-se um tipo específico de propaganda da ética etnotextual.

3 CAMINHO

Existir é apenas uma sucessão de deslocamentos
(Eliana Mara Chiossi)

3.1 POÉTICAS ORAIS EM TRÂNSITO

O ROAD MOVIE COMO TRADUÇÃO E PROPAGANDA DA ERRÂNCIA NARRATIVA ORAL

Com uma trouxa modesta sobre os ombros, os onipresentes lacinhos vermelhos e pés descalços, Maria inaugura seu itinerário além da experiência matricial: ela descobre e abraça a estrada. A partir de agora, a menina que venceu a morte adere à lista de personagens femininas e infantis que têm a mobilidade como sentido da existência, acompanhando os passos da desobediente Chapeuzinho Vermelho, da tradição oral; da irrequieta Dorothy Gale, presente em quatorze livros de Frank Baum e na versão cinematográfica de 1939; e da bisbilhoteira Alice, na história *nonsense* de Lewis Carroll. Em seu anseio pelas “franjas do mar”, Maria transpõe distâncias não mensuráveis, percorrendo lugares-metáforas, ora geográficos, ora sociais, às vezes interiores. Um espaço que pode também ser tempo, como ressalta Adriane Hauschild (2007, p. 22): “uma época histórica, as estações do ano, talvez uma certa hora do dia”.

O vagar contínuo da personagem torna a microssérie uma espécie de narrativa peregrina, que permite pensar a experiência de trânsito sob pelo menos três perspectivas distintas. A primeira é insinuada pela narradora *in off*, logo na abertura do segundo episódio:

– Antonce, Maria foi tentar sua sorte no mundo. Mai como no fundo ninguém tá sozinho, um pássaro estranho foi seu amigo. Antonce, caminha comigo, repara e veja o que se assucedeu.

Ao instar a atenção e companhia do espectador durante o desenrolar da trama, a voz *off-screen* não titubeia em pedir: “caminha comigo”. Inicia-se aí a construção de um sentido de errância que vai nortear todo o programa e constituir-se na própria lógica de ser da protagonista. Ao deparar-se com outra personagem, em uma das reentrâncias do caminho, a menina se apresenta como “Maria, aquela que cumpre a sina de viajar na direção mar”. A mobilidade, portanto, torna-se uma questão identitária, de maneira consciente e explícita.

Esse seria um indício do “andar enunciativo” que Fabio Nakagawa (2005, p. 4) reconhece na microssérie. Para o autor, a migração incessante de Maria por cenários e incidentes permite a colagem, mixagem e tessitura de novas histórias a partir de outras, mais antigas, compondo uma narrativa de retalhos, “nesse sentido, narrar e caminhar parecem ser correlatos (...) só é possível enunciar-se ao caminhar” (NAKAGAWA, 2005, p. 4), com a ressalva de que a deambulação quase ininterrupta entre lugares e contos funciona apenas porque está centrada em uma personagem cardinal. Apesar de o Pai e Madrasta também perambularem pelo mundo, é a criança o estopim indubitável para a viagem e para todos os eventos posteriores, como esclarece Luiz Fernando Carvalho: “sugeri que estruturássemos a narrativa a partir de uma personagem recorrente, feminina, que era a Maria (...) aquela que nos revela a história” (CARVALHO In: SANTOS, 2005, p.1), personagem que Fabio Nakagawa compreende como catalisadora narrativa:

Maria, antes que se possa fazer qualquer análise das suas características psicológicas e/ou circunstanciais, deve ser percebida como um elemento articulador do fluxo narrativo, um signo diagramático que “conecta” as partes envolvidas, estabelecendo entre elas um algo em comum, um parâmetro mínimo de semelhança capaz de iniciar um processo de ordenação (NAKAGAWA, 2005, p.2).

A jornada (como o programa se apresenta) reúne dezenas de personagens, quatro deles em deslocamento sistemático – Maria, o Pai, a Madrasta e Joanhina⁴⁸ – mas a história é essencialmente a encenação de uma trajetória individual, tendo a criança como princípio e fim.

O segundo prisma pelo qual se pode pensar a desterritorialização de Maria diz respeito a um atributo particular dos contos tradicionais de circulação oral que inspiraram o programa: a movência. Zumthor explica o termo a partir do embate entre forças de permanência e de dinamicidade que se impõem sobre o etnotexto. Para o autor, a voz poética tende a ser “coesa e estabilizante”, visando à manutenção da ética e da identidade em uma comunidade interpretativa. Contudo, há que se levar em conta que os narradores orais estão sujeitos a deslocamentos e

⁴⁸ Talvez seja possível listar Asmodeu, o diabo, nesse *rol*, na medida em que ele se torna um perseguidor implacável de Maria a partir do episódio 3. No entanto, como as formas de deslocamento do personagem não correspondem às mesmas leis físicas que regem os demais (Asmodeu parece mover-se pela força do pensamento, inclusive sendo evocado magicamente em encruzilhadas), achei por bem considerá-lo um caso à parte.

que as experiências itinerantes se dão no tempo e no espaço. Portanto, mesmo que o etnotexto tenda, a princípio, a certa estabilidade, é sensato deduzir que as narrativas que acompanham os indivíduos também se modifiquem frente às novas circunstâncias espaciotemporais de enunciação, daí a movência: fenômeno de trajetividade subjetiva e narrativa, que esvazia o pressuposto de uniformização da experiência oral (ZUMTHOR, 1993). Para o autor, a movência tem duas consequências primordiais: a intertextualidade, definida como a existência de uma mesma narrativa em diferentes categorias textuais (como contos populares e canções), o que suscita as problemáticas de gênero; e a intervocalidade, quando se observam diferentes *performances* a partir de uma mesma narrativa (ZUMTHOR, 1993, p. 139).

Se pensarmos na ideia proposta por Nakagawa, de que, na microssérie, vivenciar, caminhar e contar se confundem, por que não conceber Maria como personagem emblemático dos processos de movência? Parece-me plausível imaginá-la como personificação dos narradores orais estradeiros, que *vivem* (muitas vezes literalmente) e recontam causos, desafiando distâncias e semeando contos. Nesse sentido, as aventuras da menina ultrapassariam os limites da transcrição de um número limitado contos, ganhando ares de alegoria.

Já o terceiro ângulo possível de análise do tema deslocamento na atração televisiva é justamente aquele que se relaciona mais detidamente com os aspectos da transcrição do meio oral para o midiático e um dos elementos que tornam o produto um tipo de propaganda das poéticas e cultura orais: a tradução das ideias de errância e movência por meio de um formato audiovisual peculiar, o de *road movie*.

A palavra *movie* pode dar a impressão de que o termo se refere exclusivamente à produção fílmica, no entanto, como destaca Samuel Paiva (2009), a expressão também se aplica a realizações televisivas seriadas, como o programa *Carga pesada*⁴⁹. Acrescento outro exemplo, a minissérie *A estrada*, veiculada na TV aberta (inserida em um programa preexistente sobre veículos rodoviários de grande porte) e na Internet⁵⁰.

⁴⁹ Série produzida pela Rede Globo e exibida inicialmente entre 1979 e 1981. Posteriormente, a história foi retomada, não como *remake*, mas como continuação, de 2003 a 2008.

⁵⁰ A história se passa durante uma viagem entre Brasil e Chile. A atração é uma coprodução entre uma produtora independente, a Redoma Digital; uma rede de televisão, a TV Bandeirantes; e uma montadora, a Ford Caminhões, isto é, trata-se de uma propaganda explícita, em formato

Como destaca Ângela Prysthon (2006, p. 116), o *road movie* não corresponde a um gênero cinematográfico em si, mas a um recorte temático, com certas tendências de tratamento da imagem que podem estar presentes nos mais diversos gêneros. Em linhas gerais, o termo identifica produções fílmicas ou televisivas que possuem a viagem como mote. Walter Moser (2008, p. 10-30) identifica como características do *road movie* a insistência em paisagens amplas, com reduzidas marcas civilizatórias; a existência de um(a) protagonista em exílio, acompanhado por um(a) parceiro(a) com quem irá se relacionar amorosamente pelo menos durante uma parte do caminho; e uma sequência narrativa composta por três momentos principais, a chegada à estrada, a viagem propriamente dita e o retorno à via. Para Fecchine e Mansur (2008, p.2), o *road movie* suscita uma série de discussões sobre fixidez e mobilidade, pertencimento *versus* marginalização, estabilidade em contraponto à emancipação. As viagens, “codificadas como desfamiliarização, sugerem um refúgio móvel às circunstâncias sociais” (FECCHINE; MANSUR, 2008, p. 2), defendem os autores, ou seja, a estrada é vista como fuga e descompressão.

Teóricos que se alinham a Moser (2008) também vinculam obrigatoriamente os *road movies* à exaltação da máquina, consagrando o veículo como elemento crucial do chamado “cinema-automóvel”, que converte passantes em passageiros (FRANÇA *apud* FECCHINE; MANSUR, 2008, p. 5). Sob este ponto de vista, o carro ou a moto, no máximo o trem, estão quase no mesmo patamar de importância dos protagonistas, em uma espécie de retomada sensorial dos ideais futuristas, em sua apologia à máquina e à velocidade.

Mesmo reconhecendo o impacto estrondoso dos meios de transporte sobre o cinema e a TV nos séculos XX e XXI, sigo outra direção e alinho-me aos estudiosos que percebem o *road movie* como uma narrativa que extrapola o veículo, tornando a estrada, mais que a máquina, como o grande motivo dos *road movies* em geral. Odair José da Silva, por exemplo, afirma que é o caminho, a *via* que é tematizada e figurativizada sob vários aspectos, “não importando, para isso, se o protagonista está motorizado ou a pé” (SILVA, 2009, p. 152). A partir da compreensão do *road movie* como uma tendência temática e técnica para além da apologia ao automóvel e à motocicleta, pode-se entrever suas raízes na literatura de

teledramatúrgico de altíssimo investimento. *A estrada* estreou em 05 de janeiro de 2014 e tem 15 episódios com pouco mais de três minutos cada.

viagem produzida sob égide da expansão colonialista europeia (PRYSTHON, 2006); nos *westerns* norte-americanos, que abordam as longas viagens em caravanas rumo a territórios indígenas; e nas obras expoentes da geração *beat*, com ênfase em *On the road* (1957), de Jack Kerouac (PAIVA, 2009, p. 3; 44).

No âmbito cinematográfico e televisivo, pode-se dizer que o *road movie* é um tipo de estruturação audiovisual que propõe a correspondência entre o deslocamento espacial e a trajetória psicológica dos protagonistas, em busca do que Fecchine e Mansur (2008, p. 1) chamam de “geografia interior dos personagens”. Nesse caso, a estrada apresenta-se como uma representação visual do amadurecimento de caráter, bem como a própria causa da mudança subjetiva.

Creio que em *Hoje é dia de Maria* a jornada assume exatamente essa conotação. No momento em que a protagonista rejeita o lar paterno e ganha o mundo, a via perde o sentido exclusivamente físico para transformar-se no meio material (visual) de reinvenção de rotas, desenho de novos mapas de ação e descoberta de territórios afetivos. Por meio do caminho traçado no chão de terra batida do cenário ou nas linhas falsamente tridimensionais pintadas do ciclorama do domo, os realizadores televisionam não exatamente a estrada, mas a Estrada, força simbólica que deixa de ser passagem para transformar-se em um fim em si mesmo, espaço de transformação por excelência.

Nesse caso, é acionado um procedimento *standard* do âmbito da publicidade e propaganda: a conversão do objeto em objeto social (DA MATTA, 1990, p. 13). Por meio da retórica televisiva, um elemento que em princípio possui função exclusivamente pragmática, destinado ao deslocamento interespacial, tem sua carga semântica hipertrofiada, metaforizando-se. P&P comumente adotam essa estratégia por meio do apagamento das idiossincrasias inerentes ao ser ou à coisa, comutando-o em símbolo representativo de sua classe. É assim que as veredas de Maria se convertem no Caminho, no singular.

Em termos práticos, a minissérie implementa a operação quando as andanças da protagonista, sua peregrinação interior, são visualizadas por intermédio de elementos técnicos clássicos dos *road movies*, como os *travellings*⁵¹, planos

⁵¹ Deslocamento da câmera acompanhando um objeto em movimento, realizado através de carrinhos, guas ou no ombro do cinegrafista. Nesse caso, o equipamento não somente registra a movimentação, ele também está em trânsito.

gerais⁵², *plongées*⁵³ e *contra-plongées*⁵⁴. Recursos que exploram o espaço onde se passa a ação e revelam personagens em movimento.

Além disso, em uma estimativa baseada no tempo de exibição dos capítulos em DVD, calculo que 93% das sequências da microssérie sejam ambientadas em espaços abertos e pelo menos 88% delas literalmente em rotas arcaicas e tortuosas, destituídas de pavimentação e sem hierarquias entre vias principais e secundárias. Em *Hoje é dia de Maria* a estrada não leva ao progresso (do ponto de vista urbano) e todos os caminhos se equivalem em importância. O que realmente compõe a graça, os percalços e benesses na trajetória da menina são os demais viajantes com que ela se depara na jornada, os não familiares, os estranhos e estrangeiros, representantes do misterioso Outro, que, ao delinearem-se pela diferença, também ajudam a definir a protagonista. Uma ênfase nos aspectos humanos da travessia que também se verifica nos contos tradicionais de circulação oral.

Assim, a rota ganha pavimento antropomorfizado, outra característica do discurso persuasivo da publicidade e da propaganda. Segundo Everardo Rocha, trata-se de um processo em que seres humanos se definem em um espelho de objetos e estes, por sua vez, conceituam-se por intermédio de um espelho de homens (ROCHA, 1990, p. 68). Quando elementos físicos deixam de ser explorados em seu caráter utilitário para ganhar sentido a partir da incorporação de aspectos humanos, é que produtos ganham identidade e que a propaganda faz da construção um lar, “do vinho, a cerimônia. Da roupa, a identidade. Da comida, a refeição” (ROCHA, 1990, p. 68). As coisas “ganham”, por associação, atributos e personalidades. Eis a lógica que subsidia táticas publicitárias e propagandistas, dentro e fora da microssérie, aplicada na constituição de marcas, quando se agrega valores intangíveis ao inanimado corriqueiro. Um procedimento bem sucedido quando se estabelece “uma relação não entre marca e produto, mas entre marca e *conteúdo de interesse* do consumidor” (COVALESKI, 2010b, p. 48, grifo meu), uma operação calcada em predicados humanos.

⁵² Planos que exibem não só o ator ou a atriz, mas também captam boa parte da paisagem nas laterais do indivíduo.

⁵³ Planos de filmagem em que a câmera está posicionada acima do objeto, gerando uma imagem “vista do alto”. Na microssérie, é um recurso muito utilizado para acompanhar o sobrevoo do pássaro que acompanha a jornada de Maria.

⁵⁴ O oposto de *plongée*, planos em que a câmera está localizada abaixo do objeto e privilegia os elementos posicionados no alto. Conferir na sequência em que Maria “liberta” a noite e o céu se expande em luzes coloridas.

No programa, essa estrada metafórica que as ideias de P&P ajudam a entender, é edificada por peças vivas e interliga não dois lugares, mas a protagonista em sua fase inicial de trajeto e a pessoa em quem ela se transformará ao final da andança, em função do contato com o outro. No segundo, terceiro e quarto episódios da microssérie, a errância proporcionará a Maria encontros com adjuvantes que vão marcar seu caminho de maneira indelével.

3.2 AS FACES DO MARAVILHOSO

ETNOTEXTOS, PROPP E ENDEREÇAMENTO PELO OLHAR

A menina percorre a pé o País do Sol a Pino⁵⁵, onde jamais cai a noite, lugar que “seca bicho, homem e menino”, explica a narradora. Às margens de um pequeno córrego, ela se depara com o primeiro desconhecido, o Maltrapilho, músico improvisado que toca sanfona com os pés tortos.

Figura 17 – Maria e o Maltrapilho



Encontro com Maltrapilho. O adereço de cabeça do personagem, espécie de oratório cercado de torres, simula a arquitetura de um castelo, possivelmente uma releitura estilizada dos ornamentos do Reisado. O rosto pintado de preto remete a folgedos populares que reencenam aspectos da sociedade colonial nordestina, como o Cavalo Marinho, em que os brincantes lembram a presença do negro nas regiões açucareiras (MARINHO, 2007).

Ao perceber uma ferida na perna de Maltrapilho, Maria acode o estranho, molhando a barra do vestidinho no córrego, a fim de limpar a chaga. Mas enquanto a criança vai e volta do curso d’água, o personagem olha diretamente para

⁵⁵ No caso de personagens e lugares não nomeados nos diálogos do programa, utilizarei como referência as designações indicadas no roteiro da microssérie, publicado pela Editora Globo. Daí advêm: o País do Sol a Pino, o Maltrapilho, o Mendigo, o Homem de Olhos Tristes, os Meninos Carvoeiros, etc. (ABREU; CARVALHO, 2005b). Porém, essa inserção é meramente informativa, já que o roteiro não é o objeto de estudo sob análise e sim o conteúdo audiovisual veiculado.

câmera e enaltece a imperfeição da pele machucada:

– Ocê tome tento, menina, que esse é um mundo que tá pra sê feito e, no fundo de tudo, um defeito é degrau importante na escada do perfeito. Torto, pobre ou malfeito, todo vivente pode andar reto, porque humano não é ruim, nem bom, humano é ser incompleto.

Maria retruca, há pessoas completas, boas e puras de coração sim, ela acredita. É bastante significativo para a construção psicológica da protagonista que o Maltrapilho chame a atenção para uma deficiência física e Maria compreenda o embate entre perfeição e imperfeição sob o ponto de vista do caráter do indivíduo, ressaltando a crença no espírito humano e não suas possibilidades corpóreas. Porém, o diálogo entre eles é breve. Antes que Maria perceba como, o homem desaparece misteriosamente e, em seu lugar, resta apenas uma corda enrolada, feita de panos e fios, lembrando um brinquedo rústico. Maria guarda o objeto na trouxinha que carrega e segue estrada.

Este não será o único personagem a esvanecer no ar⁵⁶. Exausta de tanto caminhar sob o sol abrasivo, a menina segue cabisbaixa até notar um Mendigo rogando fracamente por um gole d'água. Maria se admira, o homem já estava ali?

– Tô aqui desde que o mundo é mundo. Ocê é que não percebeu. Tenho sede.

Ele responde mirando a câmera de modo cúmplice, evidenciando que suas palavras dizem respeito a um contexto mais amplo do que a menina pode supor. O Mendigo, como a pobreza, o vagar sem rumo, a sede e a fome não têm lugar porque sempre estiveram em todo canto. Feldman (acesso em: 10 set. 2013, p. 2) comenta a tematização da errância e da miséria na obra de Luiz Fernando Carvalho como uma “condição espacial, existencial e temporal indeterminada, como um entre-lugar em que habitam personagens em trânsito ou em transe”.

⁵⁶ A partir daqui, descrevo os encontros ligeiramente fora da ordem apresentada na microssérie. Eles foram aproximados pelos conteúdos que apresentam, de maneira a dinamizar a análise dos fragmentos.

Figura 18 – O Mendigo



O Mendigo “veste-se” de bonecas de pano e copos metálicos. Objetos pendurados às roupas aludem a retirantes, que levam consigo tudo que podem. Para Elena Corrêa (2004, acesso em: 22 fev. 2013), o figurino do personagem cria a ideia de que ele “carrega o mundo”. O Mendigo usa também uma peruca de *dreadlocks*, cachos cilíndricos similares a cordas, comuns em populações de regiões áridas africanas, onde há pouca água disponível. Curioso notar que bonecas artesanais, como as do personagem, usualmente têm cabelos feitos de novelos de lã, um visual parecido com *dreadlocks*.

Maria e o Mendigo iniciam uma competição verbal pelo restinho de água contido no cantil⁵⁷ da menina, revelando que disputas de poder se dão mesmo entre os desvalidos:

– Quem decide quem tem mais sede é quem tem a água – sentencia o Mendigo.

A protagonista se debate entre o desejo e a pena, por fim, cede o que lhe resta ao pedinte. Em retribuição, o personagem oferece à Maria um presente mais precioso que a água e que permite cruzar o País do Sol a Pino: o rumo a seguir. O Mendigo aconselha a criança a caminhar em direção ao sol até encontrar os Índios, são eles que têm a noite, o descanso do dia e dos homens. Em um rápido momento de distração de Maria, o interlocutor desaparece e ela outra vez está só.

Solitários, desolados, feridos e sedentos. Maltrapilho e Mendigo não parecem personagens animadores para um início de jornada longe do lar, mas são a face que o mundo apresenta a Maria depois de sua dolorosa desilusão com o Pai e a Madrasta. Em princípio, eles seriam o desconhecido potencialmente ameaçador,

⁵⁷ Marques e Vidal (2005, p. 4) chamam a atenção para o esmero da produção na escolha do objeto: “O cantil que Maria carrega é uma purunga, uma cabaça, mas ajeitada para carregar água, ou seja, algo encontrado na natureza que é transformado pelas mãos do homem do povo em objeto de utilidade indispensável nas suas andanças num ambiente ressequido.

no entanto, revelam-se mais necessitados que Maria, dependentes da benevolência de uma criança, em uma indignação explícita que remete à longa tradição de compaixão cristã, transmitida pelas histórias em que Deus perambula pela terra disfarçado de mendigo para testar a solidariedade dos homens. Ambos são personagens, mas são também *circunstâncias*, conjunturas narrativas que oferecem a Maria a chance de provar seus méritos.

Suas historietas breves mas fulgentes, encadeadas entre si, são a representação audiovisual de narrativas etnotextuais edificantes, transmitidas oralmente em comunidades interpretativas desde a infância dos ouvintes, quando o sentido de sociabilidade ainda está em desenvolvimento. Narrativas descritas por Helenilda Cavalcanti como um norteador do comportamento moral e ético do indivíduo ao longo de toda a vida, sedimentando a ideia de que

quem recebe ajuda, de certo modo acumula compromissos de reciprocidade. A cadeia de solidariedade e reciprocidade, mesmo que não seja simétrica, isto é, quando se espera do mesmo indivíduo uma retribuição pela ajuda prestada, é espelhada pelos diferentes graus de parentesco e proximidade da vizinhança, garantindo os indivíduos na adversidade (CAVALCANTI, 2002, p. 9).

Dentro e fora das telas, a ficcionalização dos princípios de solidariedade permitem a fruição orgânica das regras sociais, instigando à atuação coletiva contra as vicissitudes e à formação de uma rede de agentes cooperativos. Maltrapilho, Mendigo e personagens similares traduzem televisualmente o jogo etnotextual de “educação sentimental”, na medida em que instituem diretrizes éticas, de caráter pedagógico, a partir da estetização do conteúdo. Merece destaque a inexistência da escola formal na microssérie. A vivência, os conselhos de outros personagens, os reveses e júbilos no caminho da heroína são as grandes ferramentas pedagógicas à disposição de Maria.

Na linha da educação narrativa, o programa atualiza midiaticamente os contos populares tradicionais que, desde suas origens mais remotas, *reimaginam* a atribulada convivência cotidiana, esculpindo as histórias com o que Pelen (2001, p. 57) acredita ser essencial nas poéticas orais, a noção essencial de prazer. Um momento transcriativo que não se restringe a uma ou duas histórias localizadas sobre mendicância, mas abrange um amplo espectro ficcional.

Como propaganda etnotextual, *Hoje é dia de Maria* também

“educa” a audiência quanto aos meandros da cultura oral, ao converter os aspectos técnicos e artísticos da comunicação audiovisual massiva – como a gestualidade, maquiagem, iluminação, indumentária, direção e todo seu conjunto performático – em portas de entrada cognitiva, sensorial e sentimental para o universo oralizado, em que se discute o papel do indivíduo na malha social e o maravilhoso é estratégia basilar de sedução e convencimento, um “expediente compensatório de uma realidade de difícil reversão” (HAUSCHILD, 2007, p. 42). Aqui, a propaganda agrega à produção popular tradicional um valor pedagógico poético e afetivo, quando oferece ao espectador contemporâneo espaços de envolvimento gradual com os personagens e com sua lógica solidária coletiva.

Mas é preciso atentar para os modos como o discurso persuasivo se estrutura, ou, utilizando palavras de Covaleski (2010b, p. 37), observar quais são “os procedimentos de textualização tridimensional e cinética” das propagandas híbridas. Para tanto, eu gostaria de retornar brevemente à discussão sobre os *road movies*.

Eles podem ser identificados como produtos de *médiamotion*, neologismo proposto por Moser (2008) que nomeia a relação entre mídia e representação da mobilidade, com ênfase no deslocamento *físico* dos sujeitos retratados. As atrações de *médiamotion* costumam ser associadas a concepções de rebeldia, contestação, revolta e transgressão, já que as crises familiares e situações de opressão social são estopins contumazes para a partida dos protagonistas rumo à estrada. Ao viajarem, os personagens buscam um horizonte libertário, utópico, em que podem conquistar a liberdade negada até então, mesmo que às vezes não haja ponto de chegada e somente o próprio caminho represente o espaço para a autonomia do ser.

Entretanto, como bem destaca Samuel Paiva (2009, p.4), também é possível que o abandono do ambiente doméstico seja motivado não pela rejeição aos valores familiares e tradicionais, mas exatamente pelo contrário. Se a casa, mesmo que temporariamente conspurcada, permanece como símbolo do amor, da hospitalidade e do afeto, é para lá que os personagens desejam volver. No caso de Maria, foi o ultraje aos laços familiares por parte do Pai, que quase a violentou, e da Madrasta, que chegou a concretizar as intenções homicidas, o motivo da evasão. A estrada, neste caso, não promove a ruptura, mas a reafirmação dos valores convencionais; o caminhar torna-se retorno (o que não deve ser confundido com retrocesso).

Claro que o nomadismo da protagonista é apenas uma entre as diversas alternativas narrativas viáveis para a valorização das raízes, mas, em se tratando da microssérie, a errância torna-se uma estratégia fundamental para fazer chegar a mensagem a um leitor-modelo urbano, letrado e contemporâneo. É a partir do recorte temático e das opções técnicas vinculadas aos *road movies* que *Hoje é dia de Maria* une dois eixos aparentemente autoexcludentes: o sentido familiar e tradicional dos etnotextos; e as impressões de mudança, transitoriedade e impermanência do universo da recepção atual. No programa, é a estrada que liga o passado dos contos populares ao presente dos espectadores.

Especialmente a partir de Deleuze e Guattari que as metáforas mais repetidas, que as expressões mais recorrentes para se descrever o contemporâneo estão ligadas a uma percepção espaço-temporal do deslocamento: sensação de dissolução de fronteiras, o crescente apagamento das margens, desterritorialização progressiva, constantes reterritorializações. E parece-me que o cinema tem buscado refletir efetivamente sobre esses processos. O *road movie* aparece então como o veículo ideal para a representação desses sintomas do nosso tempo⁵⁸ (PRYSTHON, 2006, p. 115).

Se, como defendo, *Hoje é dia de Maria* se constitui uma propaganda peculiar das poéticas e da cultura oral, ela deve endereçar as mensagens tradicionais contidas nos contos populares a um espectador de agora, criando e atendendo expectativas compatíveis com o contexto de recepção. Para isso, vêm à tona as atualíssimas ideias de trânsito, resumidas por José Sterza Justo:

Migrantes, deambulantes, andarilhos, estradeiros, viajantes, nômades, e todos os demais tipos humanos que têm a mobilidade como base fundamental de suas experiências de vida, encontram-se no epicentro do mundo contemporâneo, produtor de trajetividades (JUSTO, 2012, orelha).

⁵⁸ Gostaria frisar o considerável número de produções cinematográficas nacionais lançadas nos últimos anos em formato de *road movies*. Várias constroem alegorias de retorno às raízes, muitas vezes baseadas na busca pela figura paterna. Entre os filmes de estrada recentes de maior destaque estão: *Central do Brasil* (1998, Walter Salles Jr); *O caminho das nuvens* (2003, Vicente Amorim); *Árido movie* (2005, Lírio Ferreira); *Cinema, aspirinas e urubus* (2005, Marcelo Gomes); *O céu de Suely* (2006, Karim Aïnouz); *Viajo porque preciso, volto porque te amo* (2010, Karim Aïnouz e Marcelo Gomes); *Olhe para mim de novo* (2011, Claudia Priscilla e Kiko Goifman); *À beira do caminho* (2012, Breno Silveira); e *A busca* (2013, Luciano Moura). Também chama a atenção o número de filmes ambientados no Nordeste. Conforme sugerem Fecchine e Mansur (2008, p. 6), os *road movies* estão promovendo um remapeamento geográfico, histórico, econômico, popular e cultural da região. Talvez os filmes de estrada proliferem neste espaço em função do histórico movimento migratório das populações sertanejas, em função das secas e da precaridade econômica decorrente de políticas públicas desastrosas aplicadas.

O *road movie*, a estrada, a viagem para lugares longínquos ou para dentro das personagens tornam o programa um grande elo entre tempos e gerações díspares.

Além do formato audiovisual, outra ferramenta de transcrição propagandista observada nos fragmentos do Maltrapilho e do Mendigo diz respeito à escalação do elenco. Um mesmo ator, Rodolfo Vaz, dá vida a ambos os personagens e mais ao Homem de Olhar Triste e aos Mascates (em outros momentos da microssérie) – expediente bastante raro na teledramaturgia⁵⁹.

A “multiplicação” de Vaz, desdobrando-se em mais de um personagem na tela, é um artifício claro de convergência interartística a partir da exploração de recursos teatrais, nesse caso, o uso do figurino, da maquiagem e do estilo interpretativo, para transformar um mesmo indivíduo em múltiplas personas. Em *Hoje é dia de Maria*, é por meio das idiosincrasias e dispositivos próprios de outro meio de expressão que o produto televisivo “traduz” o maravilhoso para o espectador contemporâneo, empregando uma exceção (um ator em vários papéis na tela) para construir a ideia de outra exceção, isto é, a possibilidade extraordinária de uma mesma força materializar-se em diferentes seres e situações. Por meio da unicidade da face reconhecível, o público sistematiza as aparições do Mendigo, do Maltrapilho, do Homem de Olhar Triste e dos Mascates como uma só entidade maravilhosa. *Hoje é dia de Maria*, portanto, emprega um recurso cênico usualmente presencial, porém aqui com finalidades audiovisuais.

A interpretação de Rodolfo Vaz nas peles de cinco seres diversos também pode ser compreendida como uma referência aos conceitos proppianos acerca dos contos populares, mas esta é uma suposição que precisa ser analisada com a devida prudência. Primeiro porque os realizadores da microssérie não mencionam qualquer inspiração na obra de Propp em entrevistas ou demais registros oficiais. Segundo porque o teórico russo condiciona sua concepção de contos populares a modelos inflexíveis, que não condizem com boa parte do enredo de *Hoje é dia de Maria*. Assim, é com bastante cautela que *especulo* a seguir sobre as possíveis interseções entre as histórias do Mendigo e do Maltrapilho, a atuação

⁵⁹ As infrequentes ocasiões em que isso ocorre normalmente estão vinculadas à presença de gêmeos idênticos nas tramas (quando se verifica a tensão entre semelhança física e diferença psicológica entre irmãos), ou nos casos em que um mesmo ator interpreta múltiplos papéis não por uma demanda interna da narrativa, mas essencialmente para evidenciar a versatilidade do intérprete.

de Rodolfo Vaz nos dois papéis e a morfologia das narrativas maravilhosas.

Figura 19 – Face do Maltrapilho



A mesma face, diferentes personagens. Rodolfo Vaz vive o Maltrapilho

Figura 20 – Face do Mendigo



Figura 21 – Face do Homem de Olhar Triste



Figura 22 – Face do Vendedor



Nos três primeiros casos, suas presenças exigem de Maria benevolência, compaixão e até sacrifício. Já no episódio com o Mascate, a protagonista não precisa cumprir tarefas, apenas recebe passivamente a ajuda mágica da figura enigmática.

A análise estruturalista de Vladimir Propp privilegia os fenômenos de esquematismo e recorrência nos contos populares, isto é, a existência de constantes submetidas à lei da transferibilidade, quando partes componentes de um conto podem ser transferidas para outra narrativa, mantendo suas características originais. Em outras palavras, o estudo comparativo proppiano permite entrever que, a despeito da enorme quantidade e variedade de personagens no âmbito das narrativas de circulação oral e de suas versões impressas, há um número limitado

de funções assumidas pelos personagens, no máximo 31, nem todas presentes em uma mesma história. O termo função sendo compreendido como “o procedimento de um personagem, definido do ponto de vista de sua importância para o desenrolar da ação” (PROPP, 2006, p. 22).

O Maltrapilho e o Mendigo, de fato, assumem basicamente a mesma função na microssérie, a de doador, impondo à protagonista uma tarefa que testa e reafirma sua benignidade, em seguida premiando-a com um objeto mágico que lhe será útil em um futuro próximo. Quando o programa expõe Mendigo e Maltrapilho compartilhando a mesma face, a de Rodolfo Vaz, os personagens incorporam visualmente as ideias de contumácia e transferência, propostas por Propp.

No entanto, há uma fissura grave na teoria desenvolvida pelo autor russo. Sua meticulosidade no registro das constantes nos contos populares torna flagrante a reduzida atenção que ele destina às variantes do processo, com a aplicação de um modelo analítico que rejeita o papel ativo dos narradores-intérpretes orais, considerando-os meros reprodutores e não coautores dos contos.

Figura 23 – Mascate português



Rodolfo Vaz vive ainda uma outra versão do Mascate, um português (fig. 23), porém que não cruza com Maria na estrada, somente com o Pai. O papel do vendedor ambulante como portador de riquezas mil é destacado por Marques e Vidal (2005, p. 12), que o descrevem como presença quase afetuosa e “comum na vida interiorana brasileira até meados do século XX”.

Propp exclui da análise quem conta, como narra, onde, como e para quem, basicamente por analisar a estrutura, ignorando a *performance*.

Pelo impacto das pesquisas de Paul Zumthor, Jean-Noël Pelen, Eric Havelock, Ruth Finnegan e Walter Ong, hoje já se sabe que, ainda que os esquemas preexistentes de tramas e personagens venham à tona a cada nova encenação, os narradores orais têm papel fundamental na atualização e recriação

das histórias, flexibilizando os contos de acordo com as condições históricas em que se inserem, adequando-os às reações e demandas do público presente. Seu ponto de partida são as circunstâncias materiais disponíveis durante a narração e sua própria versatilidade performática, continuamente posta à prova pela plateia. Um equilíbrio fino entre constância e volubilidade que nos permite afirmar que a poesia oral congrega o instante e o lugar, os agentes, o discurso, a memória, a inovação, o enfrentamento do modelo e a ousadia da criação.

Mas essa descrição se refere à produção poética de circulação oralizada e não à *Hoje é dia de Maria*, apenas uma versão das narrativas etnotextuais. Como versão, o programa pode assumir o viés representativo que os realizadores desejarem, sem qualquer compromisso com o andamento das discussões acadêmicas. Pode, inclusive, inspirar-se em Propp. No entanto, creio que a atração abre margens para abordagem tanto do que se mantém quanto do que se transforma nos contos populares, como se verá na sequência da *Borracheira*, em um capítulo posterior. Nas próprias cenas do *Maltrapilho* e do *Mendigo*, apesar de os personagens serem vividos pelo mesmo ator e terem a mesma função, o programa foge da repetição banal, atribuindo um sentido particular a cada figura. É o que se vê nas nuances em torno dos diferentes tipos de carência.

Embora os personagens-doadores compartilhem a necessidade de amparo, o *Maltrapilho* demanda cuidados físicos devido a uma deformação nas pernas⁶⁰, enquanto o *Homem de Olhos Tristes* (personagem descrito adiante) evidencia a fragilidade e a passividade do homem pobre e comum frente à ordem econômica opressora. Já o *Mendigo*, com sua fala hiperbólica (“Tô aqui desde que o mundo é mundo. Você é que não percebeu”), exige uma leitura mais abrangente, obrigando o espectador à reflexão sobre a destituição absoluta. Como lembra Paulo Roberto de Carvalho (In: JUSTO, 2012, p. 7), “os andarilhos de estrada com suas trajetórias existenciais improváveis somente pelo fato de existirem interrogam a todos nós quanto aos modos de vida que cada um encarna”.

É assim, na articulação entre repetição e mudança, que Propp é, a um só tempo, insinuado e questionado em *Hoje é dia de Maria*. Nas palavras de Fabio Nakagawa (2005, p. 5):

⁶⁰ O que não impede o personagem de tocar sanfona com os pés. Um indício de que os agentes e personagens da cultura popular constroem saídas criativas, mesmo sob as condições mais adversas.

[na microssérie] a estrutura proposta por Propp passa a ser reconhecida somente por meio de seus índices, pois ela não está mais presente, o que há é um texto audiovisual que contém uma estruturalidade que coloca em atrito novas soluções de linguagem a partir de fragmentos de modelos narrativos existentes, dentre os quais, partes da estrutura presente nos contos maravilhosos⁶¹.

E para finalizar a abordagem sobre o Maltrapilho e o Mendigo devo mencionar outro aspecto que ambos compartilham e que marca uma profunda diferença entre as aparições de seres mágicos e os personagens “apenas” humanos da microssérie, como Maria, o Pai e a Madrasta: em muitas de suas falas, Mendigo e Maltrapilho olham diretamente para câmera.

Nas produções teledramatúrgicas, ignorar a câmera (consequentemente também o espectador) é a regra geral imposta aos atores, recurso que garante ao público a impressão de voyeurismo, ou seja, de observância atenta dos acontecimentos sem que sua presença seja reconhecida pelos personagens. Espécie de simulação de que a história aconteceria independentemente de ser filmada, concretização do ideal de dramático, quando os fatos parecem se desenrolar sem interferências de ordem técnica. Na esfera ficcional televisiva, a “negação” da câmera chega a ser um dos elementos identificadores dos gêneros, sobretudo em comparação a outras modalidades da grade de exibição. Seu contraponto exato é o telejornal, em que o *teleprompter* contendo o texto jornalístico é posicionado logo abaixo da câmera, criando a impressão de que o apresentador sabe de cor as informações e de que fala diretamente ao público. Para Eco (1984b, p. 188), o olhar dirigido francamente ao espectador afirma a veracidade do enunciado, enquanto o contrário representa a busca pela “transparência” da encenação, a impressão de que os sujeitos captados em som e imagens desconhecem o aparato técnico que os cerca.

Quando o Mendigo e o Maltrapilho olham para câmera, eles estraçalham a regra de ouro de distanciamento entre personagem audiovisual e público, produzindo um efeito muito similar ao observado nos palcos. Volta-se aqui aos recursos de representação teatral e ao intercâmbio entre modelos de produção

⁶¹ Fabio Nakagawa não chega a se aprofundar quanto à reverberação dos conceitos proppianos em *Hoje é dia de Maria*. Aqui, eu me aproprio da breve fala do autor a partir das lacunas de uma ideia apenas esboçada, assumindo conscientemente o risco de me afastar do que Nakagawa originalmente quis dizer e expandindo sua *sugestão* genérica de influência proppiana para análise das seqüências do Maltrapilho e do Mendigo.

artística.

No tablado cênico, o direcionamento do olhar tem profunda relevância do compartilhamento de informações, mais precisamente, na “economia narrativa”, expressão compreendida aqui não como sinônimo de parcimônia nos gastos de produção, mas como estratégia de distribuição de riquezas. Em se tratando da narrativa, a moeda de ouro é a informação, portanto, a economia corresponde ao planejamento, seleção e distribuição de dados: quem recebe, quando e como. No teatro, muitas vezes basta que um ator se dirija à plateia, quebrando o contato visual com o colega de palco, para especificar que, a partir dali, o texto é direcionado tão somente ao público, sem o conhecimento de quem está logo ao lado. A ausência do mirar ergue paredes invisíveis entre os personagens, instituindo correspondências entre olhar - ouvir - saber.

Mas há gradações no emprego desse artifício em *Hoje é dia de Maria*. Às vezes o expediente determina o desconhecimento total e absoluto dos personagens em relação ao texto direcionado pelo enunciador ao espectador, como ocorre em algumas aparições de Asmodeu (o diabo) na microssérie. Noutras, a ignorância dos personagens é parcial, apenas uma fração do sentido escapa ao interlocutor em cena. Quando o Mendigo ou o Maltrapilho olham para a câmera, Maria ainda consegue ouvir suas palavras, mas segue inocente quanto ao jogo de cumplicidade e segredo que se insinua entre personagens e espectador. O olhar dos seres mágicos alerta o público sobre a presença não ocasional dos dois mendigos e de sua intencionalidade maravilhosa.

Figura 24 – Troca de olhares



Troca de olhares com o espectador

Em ambas as situações, *Hoje é dia de Maria* lança mão de fórmulas teatrais para resgatar condições similares a dos contextos de circulação oral dos contos populares. Em grande medida, a economia narrativa das expressões performáticas, em situações cênicas formais ou em contextos oralizados extramuros, depende da arrasadora combinação entre o dizer e o mirar, lição que os teatrólogos e os narradores tradicionais sabem de cor. “Há o texto oral, há o corpo que o comunica. Juntos, eles produzem um todo substancialmente mais potente que a mera soma das partes” (ZUMTHOR, 2005, p. 93). Para o público, a experiência de *ser visto pelo performer* pode ser tão impactante quanto a de vê-lo.

No entanto, como o próprio Zumthor ressalta, tudo que a indústria cultural pode promover é uma simples alíquota das experiências presenciais decorrentes de outros meios expressivos performáticos. Por mais sofisticados que se constituam, os veículos audiovisuais esmorecem a força dos recursos de apelo corpóreo, graças ao distanciamento espaciotemporal inevitável entre artista e público, uma lacuna que esvazia parte da sensorialidade da *performance* e sua tatilidade: “a ausência carrega consigo uma expectativa irremediável para a integridade do corpo” (ZUMTHOR, 2005, p. 94).

Em *Hoje é dia de Maria*, tal perda é particularmente significativa, na medida em que o programa intenta reproduzir a ambientação e sensações decorrentes das narrativas de circulação oral. Para minimizar o problema, a saída foi investir em expedientes de simulação da *performance in praesentia*, no caso dos segmentos Mendigo/Maltrapilho, pela utilização da câmera como instrumento de contato mais íntimo com o espectador.

Não que o público não faça parte da tessitura do programa, ele faz. Em todo e qualquer ato performático, mesmo audiovisual, o destinatário está presente de forma presumida. O *performer* não tem como escapar do espectador, seja pela consciência do posicionamento da câmera, seja pela necessidade de comunicação corporal e impostação de voz ou até pelas nuances exigidas pelo ato comunicativo. “Uma vez que fale, falo necessariamente ao outro – este pode estar ausente, é secundário. A palavra que não é endereçada a algum outro é puramente autista, psicótica, considerada como desviante” (ZUMTHOR, 2005, p. 66). Como bem lembra o teórico, o ouvinte está na *performance* tanto quanto o autor e as circunstâncias (ZUMTHOR, 2005, p. 92).

O olhar para a câmera do Mendigo e do Maltrapilho são, destarte, a

explicitação de uma realidade que normalmente corre subreptícia nas atrações audiovisuais – a relação entre o protocolo do mirar e os gêneros televisivos. Mas quando o padrão se estilhaça e um quê de teatro ganha as telas, o leitor-modelo percebe e reage, porque, como frisa Denise Guimarães (2007, p. 41), é no contato e contágio entre diferentes linguagens artísticas que eclode o prazer do consumo dos produtos tecnoestéticos. Ao reconhecer o uso de convenções teatrais na TV, o público mobiliza seu repertório cultural para interligar dois *modus operandis* diferenciados, quando então:

a *performance* torna-se ponto de encontro entre artes, no qual formas de diálogo não convencionais confluiriam; zonas de entrelaçamento entre arte e vida e a disposição a uma experimentação de fusão dos agentes/artistas/interatores com a totalidade intertextual, multissensorial (visual, sonora, verbal, tátil) e experiencial do evento (PIZARRO, 2008, p. 2).

Eis porque faz tanto sentido as cortinas na vinheta de abertura do programa. O teatro, de fato, abre caminhos importantes de leitura em *Hoje é dia de Maria*. Mas é possível que um recurso tão claramente adaptativo, que transpõe os recursos maravilhosos orais para as telas, tenha também fins propagandistas?

Eu acredito que sim. Se a propaganda tem como fundamento a classificação de produtos e de consumidores em um mapa cognitivo relacional, como defende Everardo Rocha (1990, 2006), o “protocolo do olhar” na microssérie permite que o espectador se localize e se posicione frente às narrativas de moral edificante apresentadas nas sequências em análise. Para que Maria seja verdadeiramente “aprovada” nos testes de caráter impostos ao longo do caminho, ela deve ignorar que Mendigo, Maltrapilho, Homem de Olhos Tristes e Mascates sejam a mesma entidade mágica; também precisa desconhecer que há provas e recompensas a cada ato de bondade. Outro requisito é ignorar os contos populares que inspiraram o programar e agir como personagem inocente de uma fábula moral. O leitor-modelo, contudo, segue na contramão de Maria e encontra não na protagonista, mas nos ajudantes mágicos uma instância de reconhecimento. A cumplicidade que Mendigo e Maltrapilho estabelecem com o público ao olhar para a câmera é a da piscadela discreta que um *conhecedor* lança ao outro, eles compreendem a natureza dos testes. O espectador, nesse aspecto, é localizado em um patamar de domínio e ciência narrativa acima de Maria, como alguém que

passeia com desenvoltura entre contos populares que podem trocar até de nome, variar em detalhes, mas mantêm sua essência parabólica.

O olhar que rompe o isolamento dramático entre quem encena e quem assiste reúne em si as condições ideais para uma mensagem persuasiva propagandista: materializa a ideia, sintetiza contextos, posiciona o destinatário e enriquece o conjunto de maneira célere e eficiente. Um tipo de endereçamento de formato conciso e amplo alcance semântico.

3.3 A TECNOCRACIA NO AGRESTE: DESNATURALIZAÇÃO

O CONTRASTE COMO PROPAGANDA

Não tarda para Maria conhecer o Homem de Olhar Triste. Em suas roupas de vaqueiro, ele melancolicamente contempla a chegada de dois Executivos em um *sidecar*, em pleno sertão. A missão dos desconhecidos: espancar diária e impiedosamente um cadáver.

– O que ele fez? – esclarece o Homem de Olhar Triste – Morreu devendo uma muntuera de dinheiro [...] caboco que morre devendo apanha de manguera tudo que é santo dia que Deus dá. E num é nunca enterrado. A num sê que se apresente algum parente de longe, ou algum cumpade...inté mermo alguma ricaça piedosa, que se apresente mó de pagá a dívida do desinfeliz.

O Homem de Olhar Triste explica a situação de maneira insinuante, como a esperar um gesto de Maria. A menina rapidamente arquiteta um plano. Ela deposita uma corda espiralada na estradinha de terra, justamente o objeto que encontrou no lugar do Maltrapilho, após limpar a ferida na perna do pedinte. O artefato se transforma em uma cobra, assustando os Executivos, que caem da moto e desmaiam. Maria aproveita a inconsciência dos personagens para recolher parte do dinheiro que os dois levavam consigo e paga a dívida do Morto. Assim, os recursos partem e voltam aos próprios credores, infantilmente ludibriados.

Figura 25 – Objeto mágico



A corda do Maltrapiho

Figura 26 – Cobra



Transforma-se na cobra

Figura 27 – Os Executivos



que assusta e derruba os Executivos

Pouco depois, o Homem de Olhar Triste e Maria fincam uma cruz de gravetos na sepultura do falecido, cujo corpo, enfim, foi depositado sob a terra. Com um sinal da cruz, Maria se despede e retorna à estrada.

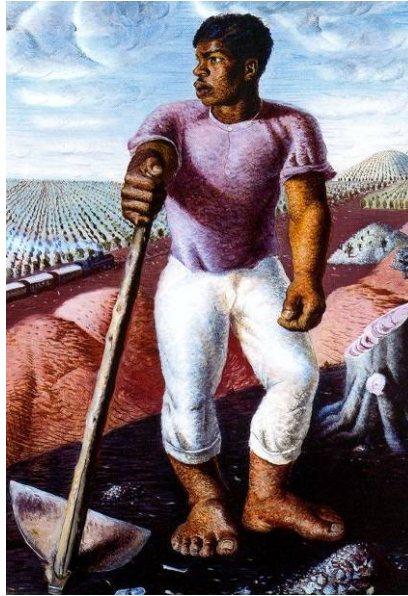
Poucas sequências da microssérie representam tanto o retorno à ordem das coisas e à restituição da justiça quanto o enterro do devedor. Como lembra Adriane Hauschild (2007, p. 68), apenas em circunstâncias extremas as culturas permitem que seus mortos permaneçam insepultos, reconhecendo no descanso do corpo o sossego da alma. Maria, assim, representa o respeito à tradição que permeia mais de uma religião (mesmo que a cruz na sepultura remeta ao catolicismo) e promove uma releitura midiática bastante peculiar das histórias do Corpo Seco.

Para Frederico Fernandes (2002, p.44), o Corpo Seco é um personagem comum nas narrativas orais que associam as ações do indivíduo ao longo da vida à aceitação do corpo pela terra após a morte. Aos virtuosos está destinado o berço sagrado e hospitaleiro do solo-mãe; aos moralmente corrompidos reserva-se a reprovação e o expurgo, tendo o cadáver de sofrer a ação das intempéries, sem jamais alcançar o repouso derradeiro pelo enterro formal. A terra ou os homens simplesmente refugam o corpo. Tratar-se-iam de versões menos etéreas, mas igualmente atemorizantes das histórias de almas penadas, a revelar o posicionamento crítico dos narradores orais em torno das relações interpessoais e também dos laços entre homem e natureza. O Corpo Seco tem um quê doutrinário, que em boa medida educa sob a égide do castigo, constituindo preceitos etnotextuais de rigor e medo.

Em *Hoje é dia de Maria*, a sanção se dá pelas dívidas acumuladas, um crime só anulado por um ato compatível ao delito, isto é, o pagamento do valor devido. Mas há que se notar: o morto da microssérie aparentemente não era em vida um homem ocioso, mas um trabalhador braçal, que talvez não tenha agido de má fé. Os indícios de que o corpo pertencia a um personagem vinculado à labuta não estão na fala do Homem de Olhar Triste, mas no próprio boneco que representa o cadáver, de proporções bastante similares às da pintura *O lavrador de café* (1939), de Cândido Portinari.

O quadro apresenta um trabalhador negro em meio às lavouras cafeeiras do início do século XX. A musculatura do indivíduo é proeminente; cabeça, mãos e pés são proporcionalmente grandes em relação ao restante da figura,

Figura 28 – O lavrador de café



atribuindo ao quadro características expressionistas. Desde as primeiras obras do movimento modernista de cunho antropofágico, com destaque para *O Abaporu*, de Tarsila do Amaral, a representação de membros superiores e inferiores é marca da valorização do trabalho braçal e da intensa ligação do homem com a terra. Na tela de Portinari, o destaque para o volume da cabeça indica também que não é só a força motora que anima o homem do campo, sua inteligência também está voltada para a transformação do espaço físico e social.

O morto da microssérie apresenta uma relação corporal portinariana, em uma caracterização exclusivamente visual do homem do campo, sem quaisquer acréscimos verbais. Pelo biotipo do falecido, as possibilidades de pagamento da dívida são questionadas.

Também é fortemente imagética a constituição dos Executivos. Além das falas sobre o cumprimento de horários e de memorandos “em duas vias” emitidos à diretoria, o grande diferencial dos personagens tecnocratas diz respeito à movimentação atípica dos corpos na tela. Cada gesto é literalmente congelado ao final de sua trajetória a partir da *pixillation*, técnica fotográfica que permite a animação posterior dos personagens (MEMÓRIA GLOBO, acesso em 15 jun. 2013).

Figura 29 – Executivos estilizados



As vestes, o tipo físico, a maquiagem e a entonação da fala faz com que seja difícil distinguir um Executivo do outro.

Figura 30 – Caracterização dos Executivos



Os movimentos corporais são mecânicos, rígidos e bruscos, como se a dupla produzisse gestos em poses de cartoon (fig. 30). Para criar a sequência, de aproximadamente cinco minutos, foram necessárias 3.600 fotos, posteriormente animadas (SITE OFICIAL, acesso em 14 fev. 2013).

O resultado é a geração de caricaturas móveis, com estilização de traços e movimentos, um efeito potencializado pelo figurino e adereços que uniformizam os personagens, dando-lhes a aparência de um corpo flexível, mas artificial: “roupas pretas de plástico, perucas de látex, celulares e malas com dinheiro, conferem um ar derrisório e desabonador aos personagens” (PAIVA, 2006, p. 6).

Em outros momentos da microssérie, a *pixillation* volta à cena, não por acaso sempre que *Hoje é dia de Maria* explora alguma temática estranha ao universo narrativo tradicional e oralizado. Este é um tipo de comentário visual interessante, espécie de sinalizador que baliza o que não faz parte do conjunto fabular. Em outras sequências, o extraordinário não causa espécime entre os personagens, nem gera diferenciações no tratamento visual; o maravilhoso é plenamente aceito como factível. Já aqui, as marcas do contemporâneo, do tecnológico e do financeiro são “desnaturalizadas” a partir de técnicas que criam

estranhamento. Nem tudo pertence ao território do faz-de-conta, ainda que aqui esteja, alerta o programa ao leitor-modelo. Observa-se a consonância entre forma e conteúdo, nesse caso, pela demarcação de temas e tratamentos que os realizadores classificam como alheios à cultura oral.

No aspecto verbal, a tecnocracia representada pelos Executivos também se distancia do contexto maravilhoso, como evidenciam os diálogos acerca do expediente de trabalho em um país onde o sol jamais se põe: como saber se são oito horas da manhã ou da noite? A carga-horária foi cumprida ou ainda nem principiou? Há ajuste possível nos relógios da burocracia em um mundo não regido pelas leis comuns?

Figura 31 – Faro



Frente à incapacidade de unir os dois universos, o do capital e o da magia, parece fazer sentido apenas a animalização dos Executivos, que mal contam as notas oferecidas por Maria em troca da liberação do corpo do devedor. Somente o ato de farejar o dinheiro aplaca a violência automatizada de ambos (**fig. 31**).

A determinação de perímetros de vigência do mundo oralizado tradicional, margeado pelo maravilhoso, e de zonas exteriores, onde vigora a ganância bestializada, cria na microssérie um contraponto narrativo que funciona muito eficientemente para fins propagandísticos. Evidenciar o que a cultura oral (do ponto de vista convencional) *não* é ajuda a definir o que o programa propõe que ela seja. Afinal, como frisa Everardo Rocha (1990, p. 71), nos discursos da publicidade e propaganda “a imagem de um produto, o lugar de que dispõe entre os outros é o resultado de um jogo de diferenças e contrastes”. É como nas pinturas, que só ganham efeitos tridimensionais se a luz e sombra partilharem da superfície da tela.

No que tange aos efeitos especiais, se, em uma primeira leitura, a

sequência dos Executivos equipara a tecnologia (animação) ao que há de pior na vida burocrática, isto é, à estrutura financeira de empréstimos e cobrança, em uma mirada mais detida, a microssérie também chama atenção para um aspecto salutar na constituição de produtos tecnoestéticos – o uso dos recursos digitais em prol de expressões artísticas. Como afirma Denise Guimarães (2007, p. 27), cumpre ao pesquisador e, em parte, ao leitor-modelo, desvendar como, a partir do emprego seletivo de novas tecnologias, são criadas “algumas obras de arte fundamentais ao entendimento da cultura contemporânea” e alerta para a importância de se reconhecer as dimensões que a técnica assume no interior dos bens culturais:

com a utilização de dispositivos multimídia, o produto artístico avança além de um terreno estético, para propor questões interdiscursivas com conhecimentos provenientes de outros campos do saber humano, como pesquisas científicas que tratam da velocidade, do movimento, da duração, de problemas óticos (GUIMARÃES, 2007, p. 97).

E como tudo tem duas faces, conforme lembra o diabo Asmodeu na microssérie, a tecnologia aplicada em *Hoje é dia de Maria* tanto sofisticada a representação tecnocrática típica dos ambientes urbanos quanto possibilita e adorna os recursos narrativos tradicionais, a exemplo do cordel colorido que se transforma na temível cobra frente aos Executivos. Igualmente sujeita às técnicas de animação, a jiboia é uma marionete com fios de manipulação visíveis na tela, captada em *close* e acompanhada pelos sons de ataque ofídico.

Figura 32 – Tecnologia aplicada



Recursos tecnológicos aplicados à microssérie tanto desnaturalizam marcas contemporâneas

Figura 33 – Marionetes

Quanto otimizam expressões tradicionais

A respeito da serpente em cena e seu impacto na narrativa, Myriam Nogueira (2009, p. 64) vê na transformação do artefato em animal uma referência bíblica à vara que Moisés arremessa aos pés do inimigo e que se converte em uma serpente peçonhenta. Adriane Hauschild, a partir de Calvino (1994), defende que o objeto mágico torna palpável a correlação entre os diversos personagens da fábula, tornando-se, no caso da microssérie, uma extensão do Maltrapilho (HAUSCHILD, 2007, p. 67). Sem contestar as duas autoras, acrescento que o estratagema de Maria para enganar os Executivos por meio do objeto mágico é o primeiro passo da personagem – antes vítima passiva dos acontecimentos – rumo ao protagonismo desbravador, com empáfia suficiente para enfrentar homens adultos, representantes da estrutura financeira corporativa. O cordel/cobra é apenas o instrumento, quem deflagra a ação é Maria, agora destemida. Segundo Diana e Mário Corso:

As ajudas benignas nos contos de fadas oferecem instrumentos, jamais uma solução. A vida raramente transforma alguém em outra coisa, ela apenas brinda com alguns acasos, fatos e contextos pelos quais uma vida pode mudar seu rumo. Os objetos mágicos são representantes dessas condições, dão oportunidade à personagem de revelar seus dons, são, por exemplo, vestes que ressaltam a beleza, botas de sete léguas que dão velocidade à esperteza do herói, o objeto surge então inserido no contexto de seus desafios e capacidades (CORSO; CORSO, 2006, p. 112).

No fragmento dos Executivos, há um reequilíbrio de forças. Aqui o ajudante mágico, o Homem de Olhar Triste, perde importância, sobretudo se comparado ao Maltrapilho e ao Mendigo, tornando-se mero informante do contexto. Maria adquire confiança e coragem para reverter o curso dos eventos na adversidade. A história avança e, timidamente, nasce uma heroína.

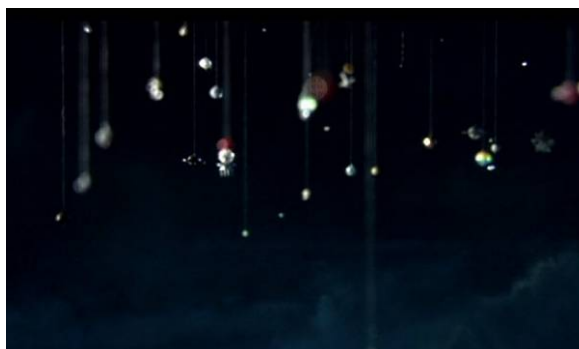
3.4 O PESO DO MUNDO

PROPAGANDA E QUESTÕES SOCIAIS

Ser grande em virtudes e em feitos, entretanto, não é tarefa destituída de dissabores. Outros encontros impõem pesares aos frágeis ombros de Maria, como a descoberta da exploração do trabalho infantil.

É noite⁶² e estrelas de brinquedo pendem do alto, como bolas coloridas ou enfeites de árvore de Natal, os fios de sustentação são aparentes. Maria cantarola feliz *Cai, cai, balão*⁶³, mas logo a voz da menina é abafada por um coro infantil que entoia músicas solenes⁶⁴ e a atmosfera torna-se sombria. Maria vê a distância luzes sob casamatas de barro, parecem balões juninos, só que alumando o chão ao invés do céu. Quando a menina se aproxima, fica evidente o engano, os clarões vêm dos fornos de produção de carvão.

Figura 34 – Noite



A noite do ponto de vista do céu é toda de enfeites pendurados

⁶² Ainda neste capítulo serão explicadas as circunstâncias de “libertação” da noite.

⁶³ Cai cai, balão/Cai cai, balão/Na rua do sabão/Não cai não, não cai não, não cai não/Cai aqui na minha mão!

⁶⁴ Bão balalão/Senhor capitão/Espada na cinta/Ginete na mão; Lua, luar/toma teu andar/Leva esta criança e ajuda a criar/Depois de criada, senhor capitão/Lua, lua, luar toma teu andar

Figura 35 – Casamatas



A noite do chão é de onde surge o inferno na terra, território do demônio Asmodeu

Crianças de roupas e peles sujas trabalham em torno das fornalhas. São os Meninos Carvoeiros, que contam para Maria sua história de suor e fome (**fig. 36**):

Figura 36 – Menina Carvoeira



– Vida dessa colidade num escóie tamanho nem idade. Aqui, nasceu, andô, sentiu forme... pronto! Já é home.

As labaredas iluminam a noite e Maria nota uma estranha ausência, nenhuma das crianças possui sombra. “Só o trabaio num dava pão pra tanta boca”, explica uma adolescente. A saída foi vender a projeção de si ao diabo.

Falando nele, ouve-se uma voz tenebrosa, exigindo que todos voltem à lida e os Meninos Carvoeiros se despedem de Maria:

– Segue caminhá, menina, pra mó de a gente invejá seu passo ligeiro. Pra mó de a gente sabê que arguém busca outro rumo, outra vida, lá nas franja do mar! Vai na frente, ensinando o caminho pra quem não pode partir [...] Ó, só mais uma coisa. Leva nossa história pras franja do mar. Pede ao povo de lá não esquecê da gente.

Figura 37 – Asmodeu entre faíscas



A câmera mostra de quem era a voz masculina que compelia as crianças ao trabalho contínuo. É Asmodeu, o diabo, metade homem, metade bode, vermelho pelo calor da casamata, cercado por fagulhas que se desprendem da queima do carvão (**fig. 37**). Para Marques e Vidal, a representação imagética de Asmodeu na microssérie é herança do tradicional modelo de corporificação do mitológico Pã: parte homem, parte bode, chifrudo, com cacos fendidos e orelhas pontudas. Uma aberração condizente com os esforços pedagógicos do catolicismo, que associa deformidade física à corrupção espiritual (MARQUES; VIDAL, 2006, p. 7-13).

Maria parte entristecida dessa versão de inferno e retoma a estrada.

Ao contrário do que ocorrera com o Maltrapilho, Mendigo e o Homem de Olhar Triste, dessa vez não houve tarefas a serem cumpridas, provas de compaixão ou objetos mágicos distribuídos, o grande problema da sequência das crianças carvoeiras é exatamente a impotência da protagonista frente ao contexto, sua incapacidade de ação. Asmodeu abre um novo e cinzento horizonte, o da inevitabilidade, que se expande para outros momentos do programa, como o contato de Maria com os Retirantes.

Ao vê-los pela primeira vez na estrada poeirenta, a menina tem diante de si uma imagem turva. Os refletores intensos do ciclorama causam refração sobre o solo terroso e ondas de calor cruzam o horizonte, como nas miragens. O efeito é acompanhado pelo lamento triste do cortejo e toda a cena tem uma atmosfera de sepultamento.

Maria e os Retirantes conversam sobre a ausência de descanso na jornada e especulam sobre quem teria “roubado” a noite. Tudo é extremamente

claro⁶⁵, intenso e triste.

Figura 38 – Os Retirantes



– Se a menina conseguir chegar ao mar, não se esqueça de quem se perdeu no caminho. Tamos todos na mesma jornada – pede um dos sertanejos

Nas duas sequências, apesar das dicotomias evidentes (dia/noite; retirantes adultos/carvoeiros infantis; êxodo permanente/imobilidade), há pontos de convergência consideráveis. O primeiro é o fato de Maria sair da esfera dos encontros individuais. Até há interlocutores-líderes, espécies de corifeus televisivos, mas a protagonista se depara essencialmente com grupos, com coletividades que enfrentam demônios mais poderosos que a limpeza de uma ferida ou a sede. Nesse sentido, a microssérie apresenta uma face do mundo até então desconhecida de Maria, o da complexidade das amplas relações sociais e, por conseguinte, os limites da intervenção individual. A resolução já não depende da força de vontade ou da compaixão da menina, eis uma das inevitáveis dores do crescimento.

Em ambos os trechos também não há uma narrativa em sentido clássico proposta nas cenas, apenas a apresentação de problemas macroestruturais, desde o princípio, insolúveis. Pesos e obrigações que a heroína deve carregar sobre os ombros, como portadora das dores do mundo. A Maria não cabe resolver dilemas coletivos, apenas informar-se e levar adiante a mensagem de abandono e desalento. Mas levar as histórias a... quem? A qual destinatário se refere a Menina Carvoeira (“Leva nossa história pras franja do mar. Pede ao povo de lá não esquecê da gente”), de quem fala o Retirante que se perdeu no caminho?

Minha aposta seria o próprio leitor-modelo da microssérie. Enquanto nas sequências do Maltrapilho e do Mendigo ele é convocado pelo jogo de olhares,

⁶⁵ Importante ressaltar a subversão no uso dos refletores na sequência. Comumente, o jogo entre luz e sombras é o que evidencia a dramaticidade da cena; no caso dos Retirantes, é exatamente a saturação que determina o tom trágico do contexto.

pelo ato de os atores discursarem diretamente para a câmera, agora o público é chamado à cena pelos apelos ao “o povo de lá”, aos residentes das franjas do mar, destino final de Maria. Ela é portadora das aflições e mazelas, personificando a *memória* de quem veio antes e sofreu demasiadamente. O leitor-modelo é o estranho do outro lado, longe da fronteira do sertão, aquele que corre o risco de esquecer das casamatas e fornos das carvoarias, talvez olvidar o êxodo rural de quem não tem mais para onde ir, nem para onde voltar. Nesse aspecto, os personagens se mobilizam intratextualmente para atingirem o leitor-modelo e também uma possível, ainda que discreta e especulativa, repercussão extratextual junto ao espectador empírico.

Meninos Carvoeiros e Retirantes também convergem em seus pontos de partida, ambas as sequências emergem de referências à literatura *stricto sensu*, isto é, da *litteris* em papel para alçar um conceito de poesia que transcende a celulose, lançando tentáculos por múltiplos meios expressivos, quando “a poesia oral e escrita encontram-se num eixo comum que é o próprio significado de poesia” (FERNANDES, 2007, p. 25).

Impossível não reconhecer nas cenas sobre a exploração do trabalho infantil ecos da obra de Manuel Bandeira, em especial o poema *Meninos carvoeiros*⁶⁶, não como uma transcrição aos moldes convencionais, mas por meio de alusões que vivificam os versos de Bandeira de maneira transversal. Como sintetiza Myriam Nogueira (2009, p. 80), os temas são revistos, sem necessariamente haver apropriação dos versos.

As próprias cantigas populares que introduzem a sequência também remetem ao poeta modernista. *Cai cai balão* e *Bão balalão* inspiraram dois poemas relevantes na produção de Bandeira⁶⁷: *Na rua do sabão*⁶⁸ e *Rondó do capitão*⁶⁹,

⁶⁶ “Os meninos carvoeiros / Passam a caminho da cidade / - Eh, carvoeiro! / E vão tocando os animais com um relho enorme / Os burros são magrinhos e velhos / Cada um leva seis sacos de carvão de lenha / A aniagem é toda remendada / Os carvões caem/ (Pela boca da noite vem uma velhinha que os recolhe, dobrando-se com um gemido) / - Eh, carvoeiro! / Só mesmo estas crianças raquíticas / Vão bem com estes burrinhos descadeirados / A madrugada ingênua parece feita para eles... / Pequenina, ingênua miséria! / Adoráveis carvoeirinhos que trabalhais como se brincásseis! / - Eh, carvoeiro! / Quando voltam, vêm mordendo num pão encarvoado / Encarapitados nas alimárias / Apostando corrida / Dançando, bamboleando nas cangalhas como espantalhos desamparados”.

⁶⁷ A obra de Manuel Bandeira possui laços estreitos com a produção musical brasileira, seja tomando-a como fonte de inspiração, seja gerando novas peças melódicas. Sobre o assunto ver: Ribeiro (2003) e Cavalcanti (2007).

obras que retratam motivos infantis, a precariedade material e os costumes do povo simples – abordagens condizentes com a proposta da microssérie como um todo. *Rondó do capitão*, em especial, dialoga com (d)esperança dolorosa da Menina Carvoeira (“Desejo meu era tê o mundo aberto e os pé livre pra percorrê essas distância. Mai, se ocê diz que num vale a pena, o que é que eu vô desejá?”).

Cabe notar que *Rondó do capitão* e *Na rua do sabão* não são verbalizadas na íntegra na microssérie, mas a audição das cantigas que inspiraram os poemas simultaneamente à visualização dos Meninos Carvoeiros (esses sim, referências indiscutíveis) promove um desencadear de relações que ativa o repertório prévio de saberes do leitor-modelo. Mesmo sem poema, a poesia de Bandeira comparece.

De modo correlato, a sequência dos Retirantes repercute, a distância, a obra-prima de João Cabral de Melo Neto, libelo contra a estrutura latifundiária despótica e a descrição pungente do êxodo rural – também uma jornada – do sertanejo Severino em fuga da escassez e à caça de esperança no litoral (as mesmas franjas do mar de Maria?). O tom fúnebre da sequência na microssérie remete às sucessivas cerimônias mortuárias de *Morte e Vida Severina*, como um eco da peça cabralina.

Porém, em se tratando de estiagem e migração agreste, não se pode limitar as referências de *Hoje é dia de Maria* ao texto do recifense Cabral de Melo Neto. É inegável o volume e o impacto de obras superlativas em torno do tema, balizas literárias, cinematográficas, pictóricas e televisivas válidas até hoje, como *Vidas Secas*, livro de Graciliano Ramos e filme homônimo, dirigido por Nelson Pereira dos Santos; a filmografia de Glauber Rocha, com suas opções de fotografia saturada; as minisséries teledramatúrgicas realizadas pela Rede Globo, com

⁶⁸ “Cai cai balão / Cai cai balão / Na Rua do Sabão! / O que custou arranjar aquele balãozinho de papel! / Quem fez foi o filho da lavadeira / Um que trabalha na composição do jornal e tosse muito / Comprou o papel de seda, cortou-o com amor, compôs os gomos oblongos... / Depois ajustou o morrão de pez ao bocal de arame / Ei-lo agora que sobe - pequena coisa tocante na escuridão do céu / Levou tempo para criar fôlego / Bambeava, tremia todo e mudava de cor / A molecada da Rua do Sabão / Gritava com maldade: Cai cai balão! / Subitamente, porém, entesou, enfunou-se e arrancou das mãos que o tenteavam / E foi subindo... / para longe... / serenamente... / Como se o enchesse o soprinho tísico do José / Cai cai balão! / A molecada salteou-o com atiradeiras / assobios / apupos / pedradas / Cai cai balão! / Um senhor advertiu que os balões são proibidos pelas posturas municipais / Ele foi subindo... / muito serenamente... / para muito longe... / Não caiu na Rua do Sabão / Caiu muito longe... Caiu no mar - nas águas puras do mar alto”.

⁶⁹ “Bão balalão, / senhor capitão / tirei este peso / do meu coração / Não é de tristeza, / não é de aflição: é só esperança, / senhor capitão! / a leve esperança, / a área esperança... / área, pois não! / peso mais pesado / não existe não / Ah, livrai-me dele, / senhor capitão!”.

destaque para a própria adaptação de *Morte e Vida Severina*, musical internacionalmente premiado; e, para não fugir de um nome recorrente em *Hoje é dia de Maria*, os quadros de Cândido Portinari, como *Família de retirantes*. O programa enquadra-se assim, num amplo panorama de retratação do Nordeste com ênfase em seus aspectos de rudeza, precariedade e violência, que exigem perseverança dos que ousam cruzá-lo e torna tênues os limites entre heroísmo e subversão à ordem. Questões também presentes na sequência dos Cangaceiros, durante encontro entre o Pai de Maria e um bando armado que cobra pedágio de quem atravessa o agreste.

O Pai carrega uma enorme pedra sobre a cabeça e é obrigado a interromper o caminho quando um trio montado em cavalos artificiais⁷⁰ bloqueia a estrada. Os Cangaceiros exigem dinheiro para permitir a viagem, mas o Pai se recusa a pagar, mesmo sob a mira do rifle (**fig. 39**), em um gesto suicida:

Figura 39 – Na mira do rifle



– Desfecha! Desfecha, homem, porque agora quero vê se meu destino mora é na bala do seu fuzil ou na distância da minha caminhada. Quero o fim, busco o fim! Ou é aqui e agora ou é na aurora do encontro da filha que perdi!
 – Vam’bora. Deixa o home livre e com vida, porque ele tem o que fazê com ela – sentencia o líder do bando.

O trio põe em movimento seus cavalos de brinquedo e sai de cena.

⁷⁰ Os cavalos, em tamanho real, foram confeccionados com fibra de vidro e dispostos sobre rodas. Cada animal recebeu uma cobertura de materiais reciclados, como marmitas de alumínio, chapas *off set*, adereços carnavalescos e feltros reaproveitados de outros figurinos do acervo da emissora (CIMINO, 2005, p. 01). O diretor de arte Raimundo Rodrigues utilizou também papel laminado e tinta envelhecida para criar roupas de cangaço com aspecto de armaduras e reaproveitou chapinhas de garrafa para simular medalhas (MEMÓRIA GLOBO, acesso em 15 jun. 2013).

Figura 40 – Os Cangaceiros



Os Cangaceiros. Sobre uma imagem “de faz de conta”, insere-se um som de características documentais, o relincho dos cavalos. Pessoalmente, aprecio quando elementos desconexos são articulados por meio de uma montagem explícita, um lembrete sempre bem-vindo de que os meios audiovisuais são frutos de uma escolha consciente de artifícios de linguagem.

Sem absolvê-lo inteiramente do banditismo, a minissérie reconhece no Cangaço um movimento armado que almeja mais que dinheiro, ao identificar códigos de conduta aplicados pelos cavaleiros do agreste: a valorização da coragem e do senso de destinação. Ao analisar a importância e o impacto de outra minissérie, *Lampião e Maria Bonita* (Rede Globo, 1982), Cláudio Cardoso de Paiva, interliga tópicos de retratação do sertão nordestino que também convêm à *Hoje é dia de Maria*:

a minissérie atualiza a mitologia do cangaço, o mundo dos coronéis, a questão dos excluídos, dos deserdados da terra, explicando de certa forma as origens da desigualdade social nos centros urbanos, ou seja, sugere como os retirantes, os migrantes se tornarão os *outsiders* na cidade grande (PAIVA, 2011, p. 4).

Retirantes e Cangaceiros, em um contexto mais abrangente, fazem parte de uma mesma cadeia de desventuras e vicissitudes, representando reações diferentes a abusos similares. Mesmo o Pai, que ganha as estradas em busca de uma redenção individual, integra-se ao conjunto. A figura do homem desvalido, destituído de tudo exceto da pedra que leva à cabeça é a imagem recorrente do fanatismo religioso sertanejo, de tendências sebastianistas e radicais. Um drama representado por tantas outras pedras audiovisuais, como a transportada por Manoel, protagonista do clássico *Deus e o diabo na terra do sol* (não por acaso um filme que reúne penitentes, cangaceiros, coronéis, jagunços, retirantes, padres e líderes messiânicos – personagens que, juntos, compõem a síntese dos sertões brasileiros).

Figura 41 – Deus e o diabo na terra do sol



Manoel, em *Deus e o diabo na terra do sol* (1964), de Glauber Rocha, suporta as penas do fanatismo religioso nordestino. Na microssérie, a pedra carregada pelo Pai

Figura 42 – Pai penitente



Também evidencia sentidos de culpa e expiação.

Em essência, os Retirantes, os Cangaceiros e o penitente (Pai) da microssérie articulam referências literárias, orais, pictóricas, cinematográficas e televisivas na instituição não de um cenário, mas de uma *paisagem*, um conceito precioso no domínio da propaganda, isto é, uma dimensão espaciotemporal que incorpora os elementos humanos e sociais em sua geografia. É importante destacar também que a abordagem dos problemas sociais presentes nas sequências dos Meninos Carvoeiros, dos Retirantes e dos Cangaceiros é decisiva para o enquadramento da microssérie como propaganda e não como publicidade da cultura oral. Lembrando que, enquanto a publicidade vende um produto, a propaganda difunde uma causa, uma ideia que deve ser incorporada aos hábitos comuns, no caso de *Hoje é dia de Maria*, o consumo dos contos populares tradicionais e de suas transcrições como bandeiras de luta igualitárias.

Além da temática tratada não se constituir um bem material ao pé da letra, o engajamento do programa na defesa dos vulneráveis e das classes

econômicas historicamente excluídas dos processos decisórios aproximam a atração de abordagens políticas não partidárias, condizentes com o universo da propaganda. Uma estratégia persuasiva definida por Henrique Mazetti (2008, p. 2), como o “alargamento semântico da noção da resistência”.

O autor defende que as contestações contemporâneas, midiáticas ou não, afastam-se do estereótipo do manifestante amargurado, estéril e entediante, ao adotarem formatos criativos, coloridos, jocosos e teatrais, “sem que seus participantes vejam comprometida sua carta crítica e oposicionista” (MAZETTI, 2008, 105). Um tipo de ajuste estratégico que aproxima política, propaganda e entretenimento, em um estilo de comunicação com o público que nem sempre se pauta pelo logocentrismo, privilegiando os aspectos lúdicos e emocionais das mensagens. Afinal, como elucida Boaventura de Sousa Santos,

[...] é através da imaginação que os cidadãos são disciplinados e controlados pelos Estados, mercados e outros interesses dominantes, mas é também da imaginação que os cidadãos desenvolvem sistemas coletivos de dissidência e novos grafismos da vida coletiva (SANTOS, 2002, p. 46).

Mesmo não oferecendo ao espectador uma alternativa palpável de resolução dos conflitos socioeconômicos, a não ser a fruição das soluções maravilhosas, ou seja, a oferta de si mesma, *Hoje é dia de Maria* propõe a inclusão das “desigualdades” como tema passível de abordagem tecnoestética fabular. Não do ponto de vista da metáfora extratextual, em referência a políticas públicas reconhecíveis na atualidade, mas com caráter volitivo, apartidário e calcado essencialmente na empatia e na compaixão. Como afirma Henrique Mazetti (2008, p. 105), ao longo da história, as lutas contra o poder estabelecido incorporam e se afirmaram, também, a partir de valores simbólicos, culturais e afetivos. A microssérie não apresenta as poéticas orais tradicionais como panaceia miraculosa na dissolução de conflitos, mas tão-somente como uma arma adicional de denúncia e reflexão. Maria não sana as dores do outro, ela divide suas penas e conduz cada história ao “povo das franjas do lar”, ao espectador, assumindo-se porta-voz.

3.5 ÍNDIOS NO PAÍS DE MARIA

MISTIÇAGEM E ENDOSSO PROPAGANDISTA. A IMAGEM DOS AGENTES DA CULTURA POPULAR

A morte ronda os passos de quem se atreve a cruzar o País do Sol a Pino. Esgotada, Maria se arrasta pela vegetação seca, deixando partes do vestidinho rasgado entre os galhos, até cair de exaustão. Ao chamado do Pássaro Incomum, que acompanha os movimentos da criança desde que ela saiu do sítio paterno, aves menores vêm em socorro à menina e tecem ao seu redor um traje de galhos secos, similar a um ninho.

Maria dorme, alheia ao ato extraordinário de cuidado, até ouvir um som peculiar, Índios enfileirados cruzam a estrada. Ela não perde a chance de segui-los e indaga sobre o descanso do dia, onde foi parar a noite perdida?

Em idioma próprio, o Índio responde e faz um amplo gesto que indica a vastidão do céu. Depois apresenta o coco que tem em mãos. Maria compreende a comunicação não verbal e aproxima o ouvido da casca da fruta, encantada por escutar os ruídos da madrugada: grilos, sapos, pássaros noturnos. O Índio deixa sua carga preciosa com a criança e se afasta para juntar-se aos companheiros que seguem caminho.

Figura 43 – Encontro com os Índios



Gestos e sons da natureza substituem o diálogo formal entre os personagens

Figura 44 – Os sons da noite



Figura 45 – O presente



Na última imagem, o índio deixa com Maria o presente da noite, herança de tempos inaugurais. Notar também detalhe do “vestido-ninho

Com toda força de que é capaz, a menina lança o coco para o alto e a noite, subitamente, invade o ar.

Este novo encontro de Maria, agora com descendentes de populações nativas, exige mais que a cordialidade no contato com o outro, demanda até uma vestimenta específica. Antes de cruzar com os Índios, Maria ganha um vestido-ninho, traje feito de galhos, arquitetado e construído por pássaros. Uma roupa produzida com as coisas da terra, trazida pelo ar, costurada no corpo em um momento de sono e sonho. Para Bettelheim:

O herói é ajudado por estar em contato com coisas primitivas – uma árvore, um animal, a natureza – da mesma forma como a criança se sente mais em contato com essas coisas do que a maioria dos adultos (BETTELHEIM, 1980, p. 20).

Mais que isso, quando Maria se despe das roupas comuns de tecido, ela também abandona momentaneamente as marcas da civilização para adentrar em um espaço mais “primitivo”, menos dominado pela cultura branca

eurocêntrica, uma zona nativa, por assim dizer. Território de passagem, costumes, línguas e lendas do índio brasileiro, inclusive sobre a noite. Ela se veste de natureza.

Na opinião de Adriane Hauschild, a sequência dos Índios retoma o poema *Martim Cererê*, de Cassiano Ricardo, narrativa poética inspirada na lenda amazônica da Cobra Grande⁷¹, que encarcera a noite em um caroço de tucumã, história de conteúdo “rico e pitoresco no qual o autor mostra a junção de duas culturas: a da terra da Uira e a dos colonizadores, da cor do dia” (HAUSCHILD, 2007, p. 106).

Quanto à conversão do tucumã em coco na microssérie, as razões da mudança não são difíceis de supor. As duas frutas são similares em aparência, porém o fruto amazônico é menor, menos conhecido no restante do país e contém reduzida quantidade de líquido em seu interior – e a água é particularmente importante em se tratando da correlação com a noite: ambas simbolizam o inconsciente. O coco como objeto cênico, pelo tamanho, conteúdo e vastidão de reconhecimento Brasil afora, responde melhor às demandas da narrativa audiovisual, funcionando a contento para fins transcriativos.

Além disso, como ressalta Cláudio Cardoso Paiva, qualquer que fosse a fruta ela seria na verdade a variação do antigo mito do ovo cósmico, remetendo às ideias de nascimento e renovação. A vantagem do coco é a de permitir a retomada do sentido a partir de uma simbologia mais condizente com o imaginário nacional:

Na maioria das tradições, este “ovo cósmico” aparece depois de um período de caos; nas tradições hindu, chinesa, celta e cristã assume variações, mas o seu sentido permanece basicamente o mesmo, ou seja, contém o céu e a terra, encarnando o princípio demiúrgico ou fundador. A atualização de sentido da imagem do ovo cósmico transfigurado em coco, não deixa de ter matizes nacionais por um viés “antropofágico ou tropicalista” (não esqueçamos que o coqueiro semioticamente remete a uma certa imagem de brasilidade), um signo presente nas várias interpretações de Câmara Cascudo, Sílvio Romero e Mário de Andrade (PAIVA, 2005, p. 5).

⁷¹ A origem da Cobra Grande é ultramarina, “mas o réptil ganha inúmeras formas encantatórias que envolvem o visível e o invisível, nos inúmeros relatos recolhidos das populações ribeirinhas” [amazônidas] (HAUSCHILD, 2007, p. 104).

Em *Hoje é dia de Maria*, o caos mencionado por Paiva bem pode ser a perda do sentido de descanso e de esperança, observados na Terra do Sol a Pino, lugar do dia infindo. Enquanto a restituição da ordem se assenta na reconfiguração das dualidades básicas da vida natural e social: dia *versus* noite, trabalho *versus* repouso, consciente (luz) *versus* inconsciente (noite).

Mas para recompor a harmonia das matérias duais, é necessário retornar aos princípios fundadores, aos mitos cosmogônicos e, sobretudo, aos povos primeiros, ao berço do que se chama de país. E qual berço a natureza mais facilmente expõe? Os ninhos dos pássaros, de que Maria se reveste para descobrir sua própria origem. Ela deve (re)encontrar os índios, eles possuem a chave do mistério da noite, deles e do encontro com a menina (miscigenação) nascerá o novo que conduzirá à continuação da jornada. Um encontro literal na microssérie que remete a um reencontro metafórico, com a memória do papel indígena na formação da nação.

A sequência do surgimento da noite corresponde à versão teledramatúrgica do que Marilena Chauí (2000) considera um mito de origem, isto é, uma narrativa que comporta uma alternativa imaginária para tensões concretas e aparentemente insolúveis por vias simplificadas. O mito constrói em torno de si uma gradual rede de simbologias que amalgamam a unicidade e a identidade de um povo, mesmo daquele forjado sobre diferenças supostamente irreconciliáveis. Renato Ortiz (1994) de maneira mais ampla e João Eduardo Justi (2010), pesquisando especificamente sobre *Hoje é dia de Maria*, localizam no encontro “pacífico” entre raças o principal mito de origem brasileiro, a própria “tradição inventada”, para utilizar a expressão de Stuart Hall (2002). Ideia alicerçada na crença de que as identidades nacionais realizam-se como discurso, por meio de narrativas constantemente repetidas, ainda que sob novas roupagens:

pode-se considerar “Hoje é dia de Maria” como o próprio mito fundacional do Brasil sendo recontado, através da televisão, tendo em vista que foram apresentadas as três origens da cultura brasileira e que Maria – mestiça – encerrando em si todas as características próprias do ser brasileiro, unificou as partes, materializou a identidade nacional (JUSTI, 2010, p. 9).

Justi (2010) defende que não apenas a sequência sobre o surgimento da noite mas que todo o programa é uma releitura do mito de miscigenação pacata e destituída de fissuras que as histórias nos transmitem. Minha opinião é menos abrangente; acredito que, de fato, o tema da mestiçagem perpassa a microssérie de maneira ampla, seja pela recuperação de lendas específicas, seja por meio da representação de danças, cantorias e cerimônias que constituem “as malhas da espessa rede multicultural” que Cláudio Paiva (2005, p. 3) reconhece no produto. No entanto, penso que o mito fundacional e a defesa de uma “brasilidade” apaziguadora seja apenas uma dentre as várias facetas de *Hoje é dia de Maria*, não sua tônica absoluta.

A sequência do surgimento da noite também despertou entre os críticos uma discussão inusitada, acalorada n’alguns aspectos, em torno da presença de índios “reais” no programa, ou seja, a participação de indivíduos que residem em reservas indígenas, com características fisionômicas, linguísticas e culturais oriundas das comunidades nativas brasileiras, reconhecidos legal e socialmente como índios por seu biotipo e peculiaridades identitárias.

Via de regra, indígenas reconhecidos como tal frequentam a grade televisiva em raras ocasiões, mormente em reportagens sobre a demarcação de territórios ou em documentários a respeito dos resquícios de vida silvícola em pleno século XXI⁷². Teledramaturgicamente, eles são uma exceção quase completa. É rotineiro que os realizadores escalem atores razoavelmente próximos do tipo físico indígena e invistam em recursos de maquiagem, pintura e figurinos para uma caracterização condizente com o imaginário urbano sobre o nativo, uma alternativa mais viável em termos econômicos e legais. Afinal, não é fácil obter as autorizações necessárias dos órgãos competentes e das próprias comunidades indígenas para a participação das tribos em programas massivos. Em *Hoje é dia de Maria*, não foi diferente.

Íris Gomes da Costa, escritora e pesquisadora de cultura popular, pessoa-chave nos bastidores da microssérie, foi encarregada de convencer oito xavantes da aldeia Pimentel Rodrigues, no Mato Grosso, a irem ao Rio de Janeiro

⁷² Vale ressaltar que os veículos audiovisuais tratam das questões indígenas do ponto de vista do indivíduo isolado da vida urbana, sob a (má) tutela do Estado. O mameluco, o cafuzo e o caboclo quase não são temas de abordagem, o que significa que, a despeito da tão propagada mestiçagem pacífica e pacificadora no Brasil, os meios massivos não constituem ou reconhecem efetivamente o lugar do mestiço na sociedade. O misturado é aquele que está em toda parte e, simultaneamente, não está em espaço algum.

especialmente para as gravações. Uma tarefa nada simples e que não terminou no embarque dos índios. O choque entre a cultura xavante e as demandas da produção de arte quase impediram as filmagens, apesar da brevidade das cenas previstas. Foi necessária uma boa dose de habilidade para garantir a presença indígena em cena.

Figura 46 – Músicos entre os Retirantes



Como os xavantes, outros convidados ilustres emprestaram seu carisma ao programa, nomes especialmente convidados por sua relevância no cenário cultural do país. O ator, músico, compositor, artesão e detentor do título de Patrimônio Vivo de Pernambuco, Mestre Salustiano, toca rabeca ao lado do filho Pedro (**fig.46**) durante o encontro entre Maria e os Retirantes (MEMÓRIA GLOBO, acesso em: 15 jun. 2013). Nas cenas de casamento do Pai com a Madrasta, o cortejo é composto pela centenária agremiação Folia Reisado Flor do Oriente, de Duque de Caxias, que utilizou os próprios estandartes e fardamentos nas gravações, apenas com ligeiros ajustes por parte da equipe de produção de arte. Na Memória Globo (acesso em: 15 jun. 2013), consta que apenas o forte envolvimento do grupo de Reisado com a microssérie garantiu a participação dos integrantes, que raramente se apresentam fora do período e lugares determinados para as festividades, menos ainda em casamentos.

E sempre que os processos transcriativos envolviam mudanças no repertório performático dos grupos populares, irrompiam novas questões. Luiz Fernando Carvalho insistiu em incluir uma ciranda com instrumentos de sopro para tocar numa das cenas. Mas seu Alvino, da banda Santa Cecília, recusou-se a gravar com os Coroas Cirandeiros, afirmando que cirandas e bandas não misturam e apenas essas últimas lidam com sopro. Só com muita persistência e diálogo, a produção conseguiu que os grupos ultrapassassem a rejeição mútua e gravassem

juntos em prol do “resgate” da cultura popular (GONZALES, 2005, p.1). Ocasionalmente, o cronograma de filmagens também teve de ser adaptado às demandas dos convidados:

Figura 47 – Trinta negros de Contagem



outro grupo, os 30 negros de Contagem, Minas Gerais, driblou o relógio nervoso da equipe e fez todo mundo rezar um Padre Nosso antes da Dança da Umbigada, característica de festas da cultura africana (GONZALES, 2005, p.1).

As implicações da participação de agentes da cultura popular em *Hoje é dia de Maria* são extensas e os críticos divergiram quanto aos impactos sociais da hibridação entre manifestações tradicionais e sua representação audiovisual. Afinal, se as adaptações de obras ou situações nunca são destituídas da aura bejaminiana, como frisa Hutcheon (2011, p. 25), trazer à cena “personagens reais” acarreta na ultra potencialização da aura, uma transferência de credibilidade que aparentemente elimina etapas e, em tese, chega ao leitor-modelo com menos interferências midiáticas.

Que se tomem como representantes das tendências diversas de interpretação pesquisadores diametralmente opostos: João Eduardo Justi e a dupla Valério Brittos e Denis Simões. Justi considera a presença de xavantes, rabequeiros, cirandeiros, brincantes, etc. como um mecanismo de revisitação de imagens pertencentes ao imaginário popular, o que possibilitaria revivificar a identidade nacional, “permitindo um (re)encontro do brasileiro consigo mesmo” (JUSTI, 2010, p. 1).

Constatou-se que a televisão, meio de comunicação mais importante e poderoso do país, capaz de influenciar e determinar comportamentos e ideias, foi responsável, mais uma vez na história do Brasil, por redesenhar a identidade do brasileiro e levá-lo a reconhecer-se nela, ou seja, foi responsável por dizer ao povo o que é o povo (JUSTI, 2010, p. 9, grifo meu).

À televisão, mais especificamente a *Hoje é dia de Maria*, estaria reservada a incumbência de resgatar o “ser nacional”, a brasilidade em si, “devolvendo-a ao telespectador” (JUSTI, 2010, p. 9), como se o público despertasse para o que é pela ação de ver-se, vencendo o torpor da quase amnésia pelo reconhecimento de suas raízes telúricas. De certa forma, Justi se qualifica entre os otimistas integrados, recorrendo à terminologia de Eco, ao reconhecer nos veículos massivos seu potencial mobilizador.

Já Brittos e Simões (2007, p. 133) até admitem certo mérito na atualização do folgado popular pelos meios audiovisuais, graças à possibilidade de “reconduzi-lo ao povo de forma mais expandida”, porém são implacáveis na avaliação das consequências da apropriação midiática. Para os autores, a exposição em escala geométrica altera a manifestação tradicional no imaginário do sujeito que a domina, condenando ao progressivo esquecimento as características originais de cerimônias e brincadeiras, como se a sombra sobrepujasse o objeto que lhe deu vida.

O resultado dessa massificação não é o prejuízo estético do produto televisivo, muito menos sua mensagem positiva ou negativa. O que traz é uma visão do povo que verdadeiramente não corresponde a ele mesmo. A câmera acaba por reconstruir uma imagem que nem sempre é verossímil, mas que o espectador desavisado pode acabar por acreditar (BRITTOS; SIMÕES, 2007, p.118).

Os autores defendem que a degradação das práticas tradicionais dar-se-ia não pelo descarte do valor simbólico das manifestações reconstituídas, tampouco pela falsificação sumária dos conteúdos-matrizes, mas por serem apenas *fração* de contextos muito mais amplos do que a televisão aborda⁷³. “A deterioração do folgado ocorre no momento que somente seus **cacos**, alterados e devidamente reconstruídos, passam a representá-lo publicamente” (BRITTOS; SIMÕES, 2007, p. 116, grifo dos autores). Uma estratégia frankensteiniana a visar exclusivamente a maior rentabilidade do produto televisivo.

⁷³ Brittos e Simões se aliam a autores como Dominique Wolton ao defender que diversas manifestações culturais são impossíveis com a mediação televisiva devido à incompatibilidade entre as linguagens, “a natureza da atividade audiovisual e da atividade cultural, em sentido amplo, não pertencem ao mesmo espaço de regras, símbolos normas e escrituras” (WOLTON, 1996, p. 189).

A participação de agentes da cultura popular na microssérie seria parte dessa fragmentação e colagem – o uso das imagens dos indivíduos, sem as respectivas integridades performáticas. Para Brittos e Simões, tal mecanismo é um tipo de ficcionalização desleal para com o espectador, porque apresenta-se como fundamentada nas práticas “reais”, mas falseia o sentido “original” das manifestações e do papel dos envolvidos. *Hoje é dia de Maria*, como um todo, seria um simulacro⁷⁴ muito bem orquestrado das formas de abordagem da cultura popular e do próprio fazer tecnoestético.

Desta dinâmica transluz uma pantomima que induz a acreditar em um projeto sério de constituição de um novo modelo de televisual. No entanto, tal inovação não apresenta apelo para substituir o modelo hegemônico, permanecendo como regra produtos de fácil assimilação pela audiência, com excessos eróticos, apresentação de conflitos com base em situações mesquinhas e uma linha de programas buscando nivelar seu público por baixo (BRITTOS, SIMÕES, 2007, p. 121).

Ocupando polos extremos de aquiescência e repúdio, Justi, Brittos e Simões são exemplos paradigmáticos do tratamento acadêmico em torno da relação entre cultura popular, poéticas orais e meios massivos. Aparentemente, o antagonismo entre as posições teóricas é absoluto, no entanto, eu gostaria de chamar atenção para um ponto de interseção que as críticas compartilham e que é caro à presente Tese. A apologia de Justi ao programa e o discurso inflamado e denunciatório de Brittos e Simões partem de um mesmo princípio: a possibilidade ou não de *Hoje é dia de Maria* ou qualquer outro produto audiovisual ser capaz de reconstituir na íntegra o espírito norteador e as características ditas “autênticas” das manifestações populares. Mais: para os autores, ou essa recomposição é plena ou simplesmente é... nada. Não existe meio termo possível nas entrelinhas dos discursos de Justi, Brittos e Simões. O primeiro crê que a microssérie preencheu adequadamente todos os pré-requisitos para a reconstituição. Os demais defendem que nenhum dos itens foi atendido, o conjunto seria mera simulação. No fim das contas, o trabalho dos três tem um tom absolutista que não contempla as obras que dialogam com a cultura popular, sem confundir-se com ela. São resquícios da visão folclorista/purista que posiciona as manifestações num isolacionismo cristalizado, a salvo do desgosto da contaminação.

⁷⁴ Termo empregado em sentido comum, sem conotações *baudrillardianas*.

Sob esse aspecto, meu trabalho segue ostensivamente na contramão dos autores citados, com rejeição explícita à dicotomia “tudo *versus* nada”. Defendo a possibilidade de produtos audiovisuais inspirarem-se em obras, manifestações e agentes da cultura popular sem converterem-se em bastiões de resistência ou protetores messiânicos da “essência” brasileira. Também ratifico a possibilidade de um produto massivo – que se assume na condição de mercadoria – construir instâncias de contestação e fruição estética diferenciada, sem uma relação parasitária e falseadora entre “original” e adaptação. No caso de *Hoje é dia de Maria*, penso que esteja justamente na fragmentação de aspectos da cultura popular, tão criticada por Brittos e Simões, a chave para compreendê-la como um modelo de comunicação tecnoestética propagandista de inspiração popular. Um bem cultural outro, que não é proveniente da cultura popular, nem a ela retorna, mas uma dada versão, em parte bem sucedida, em parte fracassada, da poesia oral que areja o imaginário do espectador.

Creio que a participação dos xavantes, de Mestre Salustiano, de músicos, descendentes de quilombolas e grupos de Folia de Reis funciona menos como uma chancela de “verdade” e mais como uma estratégia de endosso propagandista, afiançando ao leitor-modelo que a microssérie tem vínculos etnotextuais (mesmo sem explicitar exatamente em que grau).

O endosso testemunhal do produto por *experts* no tema tratado é uma ferramenta potente no âmbito das mensagens propagandistas e publicitárias. Eis alguns exemplos. Desde os anos 1990 é comum no Brasil que campanhas em prol do aleitamento materno sejam protagonizadas por atrizes ou cantoras que de fato alimentam seus recém-nascidos com o próprio leite, ocorrência comprovada por imagens de sustentação do discurso. Também é recorrente que, durante o período que antecede grandes eventos esportivos, a divulgação de artigos especializados fique a cargo de atletas consagrados. Em 2013, uma campanha contra a violência no trânsito reuniu dezenas de celebridades que perderam parentes em acidentes automobilísticos; noutra, o medalhista olímpico Lars Grael, mutilado pela imperícia do condutor de um iate, participa de vídeos educativos da Marinha sobre segurança no mar⁷⁵. A técnica do endosso não é somente um dos mais tradicionais e

⁷⁵ Apesar de os exemplos citados serem recentes, o fenômeno não é. Mesmo antes do início dos anúncios audiovisuais sistemáticos, as grandes estrelas do cinema já emprestavam sua imagem a produtos e marcas em revistas de grande circulação.

recorrentes estratagemas de *marketing*, mas, pelo que indicam estatísticas da indústria publicitária, é um fenômeno em ascensão no mundo todo (D'ANGELO, 2002, p. 1).

O emprego do termo endosso na propaganda, adverte André D'Angelo (2002, p. 2), não deve ser limitado às celebridades facilmente reconhecíveis, já que o poder e a influência sobre o público advêm de fontes bastante diversas. Em uma campanha pela maior acessibilidade de cadeirantes em ambientes urbanos, pode ser importante que o porta-voz realmente tenha necessidades especiais de locomoção. Grant McCracken (1989, p. 314), que apresenta uma percepção de propaganda bem mais ampla que a da mera exposição pública de um bem, acredita que o endosso testemunhal é um dos mecanismos-chave para a transferência de significados do mundo sociocultural para os produtos ou ideias divulgadas, uma estratégia de ação capital na mudança ou reafirmação de hábitos e costumes.

No caso de *Hoje é dia de Maria*, foi empregado um endosso múltiplo, composto por agentes da cultura popular de proveniências diversas, de maneira a criar uma imagem de consenso em torno da legitimidade do programa. Interessante notar que os músicos (cirandeiros, componentes de banda e rabequeiro) dão aval sonoro ao projeto, por meio da execução de seus respectivos instrumentos. Brincantes de folias e festas emprestam sua credibilidade à microssérie por meio gestual, corpóreo, essencialmente dançante. No caso dos indígenas, apesar de estarem em uma marcha rítmica, é sobretudo por sua própria aparência, os traços étnicos, pinturas e vestimentas que eles se impõem como fontes de legitimação da narrativa. A microssérie pode, assim, atingir espectadores com diferentes graus de envolvimento com a cultura popular, desde aqueles que reconhecem a seiva ímpar da rabeça de Mestre Salustiano, mesmo sem ver sua face na tela, até a parcela do público que identifica somente os índios como ratificadores da estratégia de endosso.

Figura 48 – O endosso indígena



Os indígenas são, nesse caso, o ápice do movimento de transferência de credibilidade na microssérie. Tanto pela facilidade de reconhecimento fisionômico e força de seu papel no imaginário nacional, quanto pelo uso do tupi durante as gravações, que reduz a possibilidade de falseamento na composição do personagem nativo.

A valorização dos dados biográficos dos agentes culturais em *Hoje é dia de Maria*, seja pela trajetória particular de vida, seja pela adesão a grupos representativos, corresponde à tática propagandista de *match up*, isto é, o cuidado especial na seleção dos endossantes para gerar consistência entre o programa e a personalidade de quem o recomenda. Frisando que, quanto maior a necessidade de envolvimento do público com a obra, maiores devem ser os atributos dos endossantes, como a credibilidade e a *expertise* em torno do assunto abordado (D'ANGELO, 2008, p. 7-8). Há de convir, quando a microssérie trata de narrativas inspiradas em lendas indígenas, nada poderia funcionar melhor a título de legitimação que ter xavantes em cena, eles mesmos a entregar o coco e a noite à Maria.

Ao apresentarem-se visualmente no programa, tendo participação ativa ou não, agentes culturais inserem a microssérie em um formato contemporâneo de propaganda que Pablo Nacach (2004, p.48) chama de “*Imperio de la Marca*”, ou a era das “palavras sem as coisas”, em que os anúncios não tratam do produto divulgado propriamente dito, mas da rede simbólica e dos valores que o bem suscita no imaginário do público. Ao pé da letra, em momento algum a microssérie oficializa verbalmente os instantes em que as tradições indígenas, negras, portuguesas ou outras são enfocadas, tampouco há um detalhamento minucioso de cada narrativa. O que existem são dados audiovisuais inferenciais, que não mergulham no encadeamento “perfeito” dos eventos ou na afirmação categórica de origem de cada conto, mas em um universo de associações e contaminações

simbólicas, muitas vezes empregando “as palavras sem as coisas”, como diria Nacach.

No fundo, o que o programa-propaganda *Hoje é dia de Maria* nos obriga a pensar, em maior ou menor grau, é na noção de cultura como um recurso comunicacional a ser gerido. Para George Yúdice (2006), a mídia hoje se apresenta como uma experiência articulada em fluxos, hibridismos e trânsitos que ultrapassam a simplória compreensão das atrações como mercadorias inertes. As obras, segundo o autor, precisam ser analisadas como *performances* encenadas que desestabilizam a distinção severa entre arte e vida (como já fazem as poéticas orais de cunho tradicional), produto e propaganda, contemplação e ação.

Ao gerenciar a cultura popular do ponto de vista comunicacional, *Hoje é dia de Maria* estimula a positivação dos brincantes por meio do reconhecimento do seu *status* e importância. Em outras palavras, o programa ajuda a redimensionar o capital cultural em torno do popular em sentido tradicional, empregando estratégias de propaganda. Índios, rabequeiros, brincantes e demais agentes culturais que participam da microssérie a legitimam e são por ela legitimados, em um endosso mútuo.

3.6 SONHOS DE UMA NOITE TROPICAL

ALUSÕES À SEXUALIDADE NAS NARRATIVAS ORAIS TRADICIONAIS. ELO ENTRE MARIA-MENINA E MARIA-MULHER

No momento em que Maria atira o coco em direção ao alto e ele se converte em noite, ou, como descreve Claudio Paiva (2006, p. 6), quando a esfera cósmica desencadeia uma grande elipse do tempo, a luz, a música e atmosfera da sequência se transformam. A folhagem seca do agreste dá lugar a uma floresta luxuriante que envolve e, de certa forma, seduz Maria. Nesse ponto, tanto Adriane Hauschild quando Claudio Paiva identificam nas cenas os prenúncios do tratamento da sexualidade na microssérie. A primeira autora vincula a ambientação sensual às narrativas que tratam do surgimento da noite, em especial ao poema de Cassiano Ricardo que teria inspirado a sequência:

Ao libertarem a noite, todas as coisas que estavam espalhadas pelo bosque transformam-se em animais e pássaros. Esse efeito tem apoio em lendas e mitos sobre o poder de transformação da noite. Além desse poder, só a noite irá possibilitar que o casal durma junto. No poema de Cassiano Ricardo (1947, p. 25), apresentado como variante do conto, a noite também é necessária pois o dia é muito claro e espia os amantes (HAUSCHILD, 2007, p.111).

Já Cláudio Paiva centra suas observações mais no momento voyeurístico de Maria, que observa, semioculta na mata exuberante, o banho do Pássaro Incomum no lago prateado pela lua:

Figura 49 – Pássaro na lagoa



Adentrando num bosque, Maria vai encontrando belas e estranhas flores vermelhas. Paira no ar um clima de excitação e sensualidade, ao som de uma flauta, seguida dos sons gradativos de cordas, tímbalos e sopros cada vez mais fortes. Epifaniza-se aqui uma primeira imagem noturna do pássaro reluzente (**fig. 49**), sob uma aura que ilumina o seu corpo metálico; está salpicando na água e se debate frenético, molhado, enquanto Maria contempla tudo extasiada. Irrompem nesta cena, de explosiva sensualidade, as irradiações sonoras de vários instrumentos musicais, conotando sensações orgásticas. O princípio noturno historicamente tem uma significação ligada à sensualidade, antes mesmo de remeter às pulsões eróticas, e pelo viés do noturno, a partir deste momento, a narrativa vai ganhar uma aura de sensualidade e a trilha sonora contribuirá vigorosamente para isso (PAIVA, 2006, p. 4).

Creio haver sentido nas duas perspectivas. Sem dúvida, a noite revela-se tradicionalmente como o horário e a circunstância dos amantes e enamorados, tempo diferente do trabalho, destinado às experiências amorosas lícitas ou proibidas, como sugerem as narrativas estudadas por Hauschild. Além do mais, se há o pressuposto de que o encontro entre Índios e Maria representa um instante de miscigenação entre as raças, o surgimento da noite seria uma maneira

velada de abordar o encontro carnal entre as diferentes culturas.

Por outro lado, a leitura menos metafórica de Cláudio Paiva abre caminhos para se pensar a afirmação da sexualidade infantil, um reconhecimento que é motivo de choque desde o advento da psicanálise freudiana. Maria contempla o pássaro (um símbolo fálico), a banhar-se em júbilo, expandindo suas asas em um ritmo de montagem crescente (outra possível menção sexualizada). Mais que isso: a menina claramente se encanta com a cena, ainda que não se aproxime ou se faça notar. Segundo Bruno Bettelheim (1980), a curiosidade sexual infantil é marcada por emoções contraditórias, como as representadas na história de *Chapeuzinho Vermelho*: há a fascinação pueril em torno do sexo, mesmo que ele seja um assunto ainda estranho e desconhecido; existe também o medo, afinal, dividir a intimidade pode ser perigoso. Essa dubiedade é uma das razões para o sucesso da narrativa.

A estória de Chapeuzinho Vermelho corporifica esta estranha coincidência de emoções opostas que caracteriza o conhecimento sexual infantil, e por isso atrai inconscientemente as crianças, e os adultos que, através dela, se lembram vagamente da própria fascinação infantil em relação ao sexo (BETTELHEIM, 1980, p. 212).

A breve cena de sedução não consumada será importante em um momento posterior do programa, quando, já adulta, Maria descobrirá no Pássaro Incomum o motivo de seus afetos, o Amado. Ambos viverão sua própria versão de Eros e Psiquê e será justamente durante a noite que terão espaço para explorar o amor, inclusive do ponto de vista físico. Portanto, as cenas do banho do pássaro antecipam e preparam o leitor-modelo para um enlace amoroso futuro, assim como funcionam como uma extensão da Maria-criança na Maria-adulta. Pois, na tradição romântica, os predestinados (Maria e Amado) sempre se reconhecem, mesmo na meninice.

3.7 ASMODEU, O PRÍNCIPE DA MENTIRA

Depois de Maria, Asmodeu é o personagem mais presente na microssérie, surgindo nas versões Brincante, Falso Amigo, Mágico, Moço Bonito, Original, Poeta e Velho, dessas, sendo apenas quatro realmente marcantes. Possivelmente as demais foram incluídas para fazer jus à alcunha popular do diabo como o “sete-peles”.

Na perseguição à Maria, o demônio enreda personagens secundários como o Pai e a Madrasta, promovendo desencontros e armadilhas, aparentemente tendo plena noção de quem são eles e onde localizá-los na estrada. Um conhecimento que pode ser atribuído à névoa da imprecisão típica do maravilhoso, em que os “comos” e os “por quês” se diluem em uma história que simplesmente é. Ou, também é possível supor, o estatuto do sobrenatural demoníaco possibilite a Asmodeu ciência parcial da história, potencializado por uma excelsa propriedade de deslocamento, sintetizada por Hauschild (2007, p. 40): “tal unipresença e mobilidade conferem ao diabo um nomadismo atópico, função específica do vaivém entre os espaços heterogêneos, o domínio dos passos e lugares indefinidos”.

Uma capacidade de estar que se traduz também na possibilidade de saber. O diabo se aproxima com facilidade dos coadjuvantes porque entende as carências de cada um:

muitas vezes Asmodeu e seus comparsas, engendrados pelo popular e concretizados pelo fazer artístico, apontam, porque vêem através das paredes, os dramas que nos atingem como homens em nossa solidão cósmica (MARQUES; VIDAL, 2006, p. 9).

Essa flexibilidade no mover-se e a quase onisciência transformam Asmodeu no segundo grande eixo unificador na microssérie. Enquanto Maria atua no sentido de agrupar e articular diferentes narrativas populares em uma só, o demônio opera internamente, conectando diversos personagens (Maria, Pai, Madrasta e, posteriormente, Pássaro Incomum), a despeito da distância geográfica entre eles. Neste caso, o diabo é a interseção:

Asmodeu é um recurso literário⁷⁶ que traz integração para a história. Integra as sequências maiores umas nas outras e liga as linhas de ação das personagens de forma a sempre convergirem para a linha de Maria (HAUSCHILD, 2007, p.92)

Além de conector narrativo interno, o demônio parece ser o único que tem consciência dramática, isto é, noção de sua importância para o andamento história, do quanto e como as reações que desencadeia irão afetar a sequência de eventos e o futuro dos demais personagens. Por isso entende que, quando acerta

⁷⁶ O uso do termo “literário” e não do “narrativo” por Adriane Hauschild justifica-se pela seleção do corpus de pesquisa da autora, focado exclusivamente nos roteiros impressos da microssérie e não do programa em si.

uma figura, pode prejudicar outra. “Se ocê (Maria) é vivaz e com a esperteza não lhe pego, vou batê prego onde a madeira racha: seu Pai!”

Assim, Asmodeu entrelaça cenas e falas, muitas vezes de forma repetitiva, como na busca incessante pela chavinha misteriosa. Boa parte das sequências em que ele aparece tem teor recorrente, por isso, seleciono três momentos que considero os mais relevantes para compreender como a concepção mefistofélica popular foi transposta do meio oral para o televisivo na microssérie, destacando seus aspectos transcriativos e propagandísticos.

3.7.1 O Mercado das Sombras e a Propaganda da Militância Poética Oral

A estrada seguida por Maria, enfim, conduz a um pequeno e ruidoso vilarejo; é dia de São José, fiéis cantam o hino do padroeiro das chuvas. Como na rica tradição popular, Asmodeu está solto em meio à procissão e pacificamente divide espaço com o sagrado, sem grandes celeumas. Para misturar-se aos aldeões, o diabo surge como o Moço Bonito, versão venusta do mal.

Figura 50 – Moço Bonito



Moço Bonito (**fig. 50**), cujo único senão à elegância é um certo coxear. Na verdade, todas as versões de Asmodeu no programa terão o andar vicioso, possível menção às patas de bode do demônio original (Stênio Garcia) ou à queda luciferina, do anjo expatriado das alturas celestiais.

Figura 51 – Marcha luciferina



O figurino provém da tauromaquia clássica e sua movimentação remete ao *passo doble*, marcha hispânica (fig. 51).

O demônio desfila pela praça até reparar em um personagem peculiar, engraçado, que interpela os transeuntes tentando a todo custo vender “apito para chamar pomba”, mesmo que no lugar não haja dessas aves. O vendedor, Zé Cangaia, é claramente o pícaro da trama, galhofeiro, risível e ingênuo. Ele encarna o que Antonio Candido (1970, p. 68) descreve como personificação da inconsequência primordial, “espontâneo nos atos e estreitamente aderente aos fatos, que o vão rolando pela vida”, existindo ao sabor da sorte, sem planos ou reflexões. Em resumo, uma vítima em potencial.

O demônio propõe a Cangaia o comércio de um bem que ele possui, mas não usa: sua sombra. Maria, que observa a estranha transação ao longe, lembra-se de que foi o coisa-ruim quem usurpou as sombras dos Meninos Carvoeiros. Ela faz de tudo para alertar Zé Cangaia sobre a real identidade do estranho, mas o sertanejo vê no pacto uma chance ímpar de tirar vantagem do comprador. E esta é outra face do picaresco, ressalta Paloma Couto (2011, p. 3), a do malandro como tipo, aquele que tenta tirar vantagem dos outros indiscriminadamente, aplicando a Lei de Gerson sob o eufemismo de “jeitinho brasileiro”, porção antiética da brasilidade.

O preço final é acordado. A sombra “pobre, mas limpinha” é paga com o sanduiche “número 2”⁷⁷, incrementado com ingredientes escolhidos a dedo

⁷⁷ Que se marque a ironia. Sanduiches numerados são a marca registrada da maior rede de *fast food* do planeta, a *McDonalds*, que emprega o recurso para agilizar o atendimento aos clientes e para facilitar as vendas em países não anglófonos, uma vez que o nome dos pratos não é traduzido

por Zé Cangaia (fig. 52):

Figura 52 – O preço de Zé Cangaia



– Um filão de um pão inteirinho, cortado de revestrés, com prisunto, mortandela, peito de peru, carne louca e aí queijo, né? Assim... mineiro, canastra, de coalho, do reino, requeijão da Bahia e lasquinha de parmesão, pickles, orégano e azeite. É pegá ou largá – enfatiza o sertanejo.

Mesmo satisfeito com o negócio concluído, o diabo se volta para Maria e jura vingança pela ousadia da menina. Ele desaparece, mas voltará breve e frequentemente; figura persecutória e obsessiva, o diabo aparenta ter a mesma vitalidade da criança que acoisa, impedindo a rotina morna dos dias sem sobressaltos. A microssérie promove aqui a retomada imagética e discursiva de um tema que milenarmente permeia o imaginário popular, o embate entre Deus e o diabo, a partir da “recuperação do *topos* medieval dualizado e dualizante, que se faz também presente na cultura do Nordeste brasileiro, e impressiona pela plasticidade” (FERREIRA, 2010, p. 14).

A inserção maciça de Asmodeu no programa a partir do encontro com Cangaia retoma uma premissa da cultura oral ainda presente em larga escala nas histórias contemporâneas ditas infantis: o fato de o mal ser tão presente na vida cotidiana dos indivíduos comuns quanto o bem e a virtude. Uma maldade explícita, caricata e superlativa, mas nem por isso isenta de atrativos (BETTELHEIM, 1980, p. 15). Como se pergunta Salma Ferraz (2007, p. 223), “existirá no mundo universo mais diabólico do que o universo das chamadas *estórias para crianças?*”

Na microssérie, inclusive, Asmodeu é ocasionalmente infantilizado, como nos momentos de discussão com Maria. Na disputa pela atenção de Zé Cangaia, pouco antes da venda da sombra, os dois iniciam uma troca de farpas com argumentos, eu diria, habituais entre as crianças de 10 anos: “Menina que não fecha

para os idiomas locais dos pontos de comercialização. Em *Hoje é dia de Maria*, grandes corporações são, literalmente, coisa do diabo.

o bico num casa com moço rico!", grita Asmodeu; "Fecha o bico já morreu! Quem manda no que eu digo sou eu!", rebate Maria. Nesse caso, ambos lançam mão da variedade e versatilidade dos ditos populares – passíveis de uso nas circunstâncias mais diversas – para alinhar temporariamente o jogo de poder, equiparando os oponentes a partir do nível de forças do mais frágil, Maria. Com isso, o diabo ganha nuances, ora apresentando-se como adversário terrível, ora demasiadamente humano.

Porém, dentre todas as artimanhas mefistotélicas da sequência, eu gostaria de me debruçar sobre o comércio umbrátil. Mais ainda que no Brasil, a tradição oral alemã é fecunda na exploração da sombra como moeda de troca entre homens e demônios, servindo de inspiração para obras literárias mundialmente reconhecidas, como a novela de Adalbert von Chamisso, *A história maravilhosa de Peter Schlemihl*; o conto *As aventuras da noite de São Silvestre*, de Hoffmann; e, sobretudo, *O Fausto*, da pena de Goethe. Em todas elas, a sombra repercute a dicotomia óbvia entre claro e escuro e mais a rede de associações simbólicas decorrentes: bem *versus* mal; solidez *versus* imaterialidade; corpo *versus* alma; unicidade *versus* duplicidade. Em seus estudos sobre a cultura oral brasileira, Câmara Cascudo (1983, p. 109) também destaca as histórias que ratificam a sombra como entidade imbuída de poderes e perigos. Nelas, é preciso ter cuidado por onde se anda, já que pisar na sombra de outrem pode significar *assombrar-se*.

No caso da microssérie, a sombra impõe-se como um recurso de extrema relevância pelo valor simbólico que carrega e pela visualidade que comporta, expandindo-se conforme o jogo de luz aplicado, podendo ainda ser convertida em outros objetos cênicos com facilidade, a exemplo do pano negro diáfano que o Asmodeu Moço Bonito dobra e guarda nas vestes, como a pretensa sombra comprada de Zé Cangaia. De todos elementos do rico acervo oral, talvez o espectro negro seja o mais facilmente adaptável às telas, como logo descobriu o cinema expressionista alemão nos anos 1920 e como ainda explora a teledramaturgia brasileira no início do século XXI.

Mas o que acredito ser crucial em se tratando da transação demoníaca em *Hoje é dia de Maria* são os desejos concedidos em troca da sombra. Enquanto nas obras literárias clássicas os pagamentos mais usuais se dão sob a forma de riqueza, êxito em relacionamentos amorosos, beleza, juventude, conhecimento ou poder, na microssérie tudo se resume à... comida. Do ponto de

vista da construção de desejos, a retratação do brasileiro interiorano não ultrapassa a peleja pela sobrevivência, tanto no caso dos Meninos Carvoeiros, quanto no de Zé Cangaia, que se arrepende de não ter pedido *dois* sanduiches pela sombra ao invés de um só e que, mal termina de comer, já tem de batalhar pelo jantar. Mesmo a concepção de luxo se resume à qualidade dos ingredientes da alimentação, como se vê nos pedidos por diferentes tipos de queijos. Em termos de críticas sociais tecidas pelo programa, essa talvez seja a mais contundente, porque traça a real linha divisória entre os personagens “comuns” e a heroína, determinada em alcançar uma nova ordem social na difusa fronteira das “franjas do mar”. Resolução que acaba por torná-la um modelo para quem não pode partir, ou seja, para aqueles que têm como sonho imediato o pão para aplacar a fome e nenhum horizonte além.

Nesse aspecto, *Hoje é dia de Maria* vem ao encontro de uma ampla gama de produções orais (ou de estreita relação com a oralidade), como as cantorias de repente, os improvisos e a literatura cordel, que narram pactos entre o demônio e o expropriados da terra, sujeitos que têm no comércio da sombra uma das raras alternativas para ascensão econômica ou minimamente para a evasão da miséria absoluta.

Ao aceitar a iguaria ofertada por Asmodeu, nas palavras de Maria, “o pão que o diabo amassou”, Zé Cangaia transforma a sequência em uma proganda de produções poéticas orais do tipo panfletário. O trecho remonta à longa tradição de obras marcadas pela militância poética, no empenho de transformar a condição social em denúncia, mesmo quando o contexto é desenhado pelo viés do maravilhoso. Como muito apropriadamente ressalta Myriam Nogueira (2009, p. 49), Maria não sente espanto frente os fatos extraordinários que presencia, é a representação da realidade que lhe causa real estranheza. Foi assim quando conheceu os Meninos Carvoeiros, ao saber das surras ao Homem Morto por dívidas não solvidas e quando Zé Cangaia troca sua sombra por comida.

Entre as narrativas populares em verso e prosa que abordam as trocas diabólicas, possivelmente as tramas da literatura de cordel, precioso híbrido entre oralidade e escrita, são seu veículo mais contumaz⁷⁸. De acordo com Eduardo

⁷⁸ A título de exemplo, há o libreto *O ferreiro das três idades*, de Natanael de Lima, cujo protagonista deve optar entre a salvação da alma e a melhoria de vida no plano terreno. Detalhe para o nome do personagem: Pobreza, dono da cadelinha Miséria. Também em cordel estão as obras de Costa Leite, apontado por Mauro Souto Maior (1992) como o poeta popular que mais escalou o diabo como personagem no Brasil. Também vale destaque o grande sucesso editorial (para os padrões

Diataby de Menezes, elas redimensionam a correlação rígida entre pobreza/divindade e dinheiro/demonização, muitas vezes subvertendo a moral cristã. Para o autor, a ordem sobrenatural é cotidianizada pelo imaginário popular, quando os

conflitos reais são mitologicamente transpostos para o plano da luta entre Deus e o Diabo provindo daí a identificação dos oprimidos com este último [...] símbolo metafórico da liberdade e da rebeldia (MENEZES, 1985, p. 65).

De fato, Maria enfrentará Asmodeu, mas, ao fazê-lo não irá recorrer ao socorro celestial, nem à fé, mas a artifícios como a esperteza e até a trapaça (como se verá no caso do chapéu), tradicionalmente vinculadas ao mal. Portanto, nas entrelinhas, a microssérie lança um aceno brejeiro ao leitor-modelo, difundindo, *propagandeando* as ideias fortemente enraizadas no cordel de que, na cultura oral, as fronteiras entre o bom e o maléfico, ou o sagrado e o profano, são difusas e forças opostas compartilham do mesmo cenário corriqueiro, como Asmodeu caminhando tranquilo na procissão de São José.

3.7.2 Heranças Afro-Brasileiras e Ibéricas. O Repente como Propaganda Diferenciada

Findo o farto sanduiche, Zé Cangaia logo se arrepende, ele fica apavorado ao sentir calafrios e uma presença estranha junto de si. Maria estava certa, o Moço Bonito era mesmo o diabo. O sertanejo transido de medo e a criança resoluta fazem planos para recuperar a sombra perdida e caminham até uma encruzilhada, lugar propício para fazer uma conjuração demoníaca.

E aqui cabem parênteses. A invocação de espíritos em encruzilhadas é parte da tradição das religiões afro-brasileiras, assim como o ato de derramar uma pequena parcela da bebida tomada, destinando-a “ao santo” (na verdade, um orixá), como faz Asmodeu Falso Amigo, ao compartilhar cachaça com o Pai. As referências às religiões de matrizes africanas não são (ou não deveriam ser) um problema em si na microssérie, muito pelo contrário, já que a oralidade é o princípio bussolar de seus rituais litúrgicos e da transmissão cotidiana da mitologia

do cordel) de *João Soldado, o valente praça que meteu o Diabo num saco*, de Antônio Teodoro dos Santos, com primeira edição pela Prelúdio em 1960 e reeditado pela Luzeiro.

específica⁷⁹. No entanto, podem chocar as menções ao tema serem vinculadas à figura de Asmodeu, como se houvesse demonização do culto aos orixás – o que, de certa forma, há. Porém tal movimento deve ser compreendido à luz da proposta geral da microssérie.

Fora do âmbito restrito dos fiéis mais ortodoxos das religiões de origem africana, a cultura oral brasileira em geral sofreu o impacto do sincretismo religioso, imposto pela catequização compulsória das populações negras que aqui aportaram. Como tática de sobrevivência dos cultos, foi aberto o diálogo inter-religioso e começaram as tentativas de “tradução” entre símbolos e narrativas sagradas, com um jogo de equivalências entre os orixás e os santos, além da correlação entre práticas cerimoniais. Mas, é claro, não existe correspondência ideal entre duas visões de mundo tão díspares e uma série de equívocos se perpetuou ao longo dos séculos. Um deles é a equiparação entre orixás e santos; outro, bastante recorrente, é a simplificação da complexa e multifacetada entidade Exu à figura do diabo tal como ele é compreendido na tradição judaico-cristã. Historicamente, o erro é até compreensível, mesmo que não justificável. Exu é associado à provocação, à astúcia, à irreverência e à sensualidade, características tidas como malélicas na perspectiva cristã e que os colonizadores europeus imediatamente interpretaram como sinais satânicos. Contudo, cada orixá comporta em si nuances positivas e negativas, recusando qualquer leitura maniqueísta e exclusivista como a católica, protestante ou neopentecostal. Exu é o senhor do que se passa no acontecer dos caminhos, segundo Igor Fagundes, é

o mito/a palavra de errância, do *atravessamento*, do *através* do qual viemos a ser *na* e *a* encruzilhada (*orita*, em ioruba) – o fazer histórico do homem, através do qual liberdade e destino se reconhecem (FAGUNDES, 2010, p. 1, grifos do autor).

Reginaldo Prandi também analisa o caráter subversivo de Exu, em uma fala que nos permite verificar como o orixá se assemelha a Asmodeu, descrito no programa como “aquele que embaraça os caminhos”:

Orunmilá aplainava os caminhos para os humanos / enquanto Exu os

⁷⁹ As religiões afro-brasileiras não possuem um livro sagrado formal que compile mandamentos, parábolas ou regras, a exemplo da Bíblia ou do Alcorão. A oralidade é a base de ensino, reflexão e discussão religiosa, sendo a grande fonte da memória individual e coletiva dos iniciados.

emboscava na estrada / e fazia incertas todas as coisas / O caráter de Orunmilá era o destino, o de Exu, o acidente (PRANDI, 2001, p. 76).

Mas não foi essa versão dual, nem boa, nem má, que se difundiu nos meios sociais fora dos locais sagrados de culto. A cultura oral brasileira incorporou tanto uma série parcial de práticas religiosas de procedência africana, quanto o olhar discriminatório hegemônico e ignaro do colonizador, o que se reflete diretamente nas narrativas orais que inspiraram *Hoje é dia de Maria*, em especial as de peleja contra o diabo.

Figura 53 – Armadilha sob o chapéu



Maria e Zé Cangaia, no entanto, estão despreocupados com qualquer relação entre a encruzilhada e demonização de Exu enquanto se preparam para invocar Asmodeu. Nervoso e ainda sentindo os efeitos colaterais do sanduiche maligno, Cangaia acusa dor abdominal e lança à companheira um sorriso amarelo: “Deu pra sustentá não”. Maria acha graça e pede ao amigo que lhe passe seu chapéu de palha, escondendo os dejetos sob o forro (**fig. 53**). Agora sim, eles estão prontos para o chamamento.

Maria atrai o inimigo e inicia-se uma ventania assombrosa, uma nuvem de poeira encobre a dupla. O movimento de câmera circular em torno dos dois cria a sensação de que eles estão no centro de um torvelinho, uma possível alusão à *Grande Sertão: Veredas*⁸⁰ e ao célebre trecho “O diabo no meio da rua, no meio do redemunho” (ROSA, 2001, p. 26).

A invocação dá certo e Asmodeu, na versão Falso Amigo,

⁸⁰ Faz-se mister lembrar que Luiz Fernando Carvalho foi diretor assistente da versão televisiva seriada da obra, estando, portanto, familiarizado com o livro de Guimarães Rosa.

materializa-se na encruzilhada. Maria deseja a devolução da sombra de Cangaia, mas o Sete-peles jamais cederá tão facilmente. Ele propõe uma aposta perigosa: fará à menina três perguntas e ela terá direito a um desafio. Caso Maria seja vitoriosa, Zé Cangaia retoma a própria sombra. Se não, a criança perderá a sua para sempre. Os riscos para Maria são altos, mas o trato é selado. Como a Esfinge, o diabo apresenta os enigmas e a menina decifra a todos.

Figura 54 – As adivinhas de Asmodeu



As adivinhas de Asmodeu (**fig. 54**) parecem tiradas de um livro infantil. Uma casa tem quatro cantos, cada canto tem um gato; cada gato vê três gatos. Quantos gatos tem na sala? Maria não titubeia: “Quatro”. Onde é o centro do mundo? Ora, onde se está, afirma a menina. À direita da pessoa há uma metade, à esquerda a outra. Quantos dias se passaram desde Adão até hoje? De segunda a domingo são sete dias, esclarece Maria.

Maria e Zé Cangaia comemoram, Asmodeu se enfurece. É hora da prova final, o desafio. Cangaia arranja um pandeiro e começa a tocar em ritmo lento, a menina dá início à batalha de rimas⁸¹.

– Seu demo nunca encontrei
 Quem desmanchasse esse enredo
 É quadra que mete medo
 Essa que vou cantá
 Quem a paca cara compra
 Cara a paca pagará

A velocidade do canto aumenta gradativamente, enquanto o diabo tenta reproduzir o quebra-línguas. Por fim, o demônio confunde as sílabas e a sombra de Zé Cangaia retorna aos pés do dono. Insatisfeito e vingativo, Asmodeu diz que Maria e o amigo sairão dali com vida e com sombra, mas perderão o chapéu de palha deixado no chão e tudo que nele estiver contigo (antes do desafio, a menina dera a entender que havia um curió apetitoso escondido sob o acessório).

⁸¹ O roteiro informa que o desafio é baseado em um trecho da peleja entre Cego Aderaldo e Zé Pretinho do Mutum (ABREU; CARVALHO, 2005, p. 119).

A dupla deixa a encruzilhada enquanto o demônio se delicia com a ideia de devorar o passarinho vivo. Cuidadosamente, ele levanta a aba do chapéu e insere apenas uma das mãos, receoso de deixar a ave escapar (**fig. 55**), mas, rapidamente, sua expressão muda da cobiça para o nojo. Asmodeu traz à luz o verdadeiro conteúdo da armadilha e berra de ódio incontido. Ele caiu em um chiste clássico de Pedro Malasartes.

Figura 55 – Diabo logrado



Câmara Cascudo (s.d) explica que Malasartes é um tradicional personagem dos contos populares da Península Ibérica, protagonista de histórias satíricas, repletas de enganos, baseadas na astúcia de Pedro e na credulidade dos demais. Cínico e sem escrúpulos, ele faz sucesso por meio da ridicularização do outro.

Nas versões orais, Malasartes e diabo não se encontram. Em *Hoje é dia de Maria*, a interseção inusitada entre as narrativas demoníacas e anedotário malasartiano se dá por intermédio de Maria (como já foi dito, grande elemento de junção entre contos) e gera um efeito interessante. O repertório de pilhérias ibéricas aproxima Asmodeu dos contos populares tradicionais que promovem a humilhação e rebaixamento do diabo. Os dois personagens notórios revivem uma narrativa episódica, de fundo picaresco, com enredo familiar ao leitor-modelo, mesclando-se para alinhar Asmodeu a uma série de contos que renegam a versão demoníaca aterrorizante, típica da abordagem teológica formal. Seguindo na direção contrária ao catolicismo ortodoxo, o diabo popular reconstituído no programa muitas vezes é risível, passível de logro, menor, como se dá no âmbito oralizado (BATISTA; FERREIRA, 2010, p. 27), o que logo é percebido pelo conjunto de perguntas elaboradas pelo capeta, cujas respostas demandam apenas atenção e o conhecimento de fórmulas prontas, utilizadas em ditos ou anedotas que até as

crianças podem reproduzir.

Já o desafio⁸² apresenta outro grau de dificuldade. O jogo performático de respostas improvisadas a partir de mesma uma melodia requer uma série de habilidades desenvolvidas em um contexto específico de circulação oral, entre elas, as de: a) produção poética em parceria, num sistema de cooperação e superação; b) rapidez (quase instantaneidade) na articulação entre raciocínio e formulação verbal; c) aptidão para melopeia; d) capacidade de memorização; e) competência em improvisação e metrificação; f) poder de concentração; e g) preparo físico e mental para ingressar em desafios que não possuem hora definida para término. Segundo Vitor Rebello Mello, desde os tempos em que alfabetização era reservada a uma minoria irrisória da população até agora

os cantadores continuam contando com suas extraordinárias memórias, capazes de armazenar os melhores versos, as mais belas canções e as dezenas de modalidades poéticas de seis, sete, oito, dez ou mais versos, extremamente rígidos em métrica e rima. Da mesma forma, esses menestréis continuam vivendo da admirável capacidade de produzir poesia improvisadamente. O verso feito na hora, rigorosamente metrificado, bem rimado, no calor da ocasião, na frente da plateia, dito à face de um fato momentâneo ou a propósito de uma pessoa presente. Pois, o que interessa [...] é justamente essa contradição da cantoria de ter de ser rígida, mas ao mesmo tempo, renovada (MELLO, 2012, p.14)

Claro, em *Hoje é dia de Maria*, o desafio é uma simulação, já que não existe improviso de fato, mas o enfrentamento é recriado visualmente por meio do figurino, movimentação de câmera, jogo de contraplanos e posicionamento na tela.

Maria se posiciona à direita, vestindo roupas de cor clara, e Asmodeu duela do lado esquerdo, paramentado com tons escuros. As posições direita e esquerda também promovem uma ideia dicotômica, em que, à direita, está o Bem e, à esquerda, o Mal (ALBA, 2011, p.38).

Porém o que mais gera a impressão de espontaneidade na sequência é o erro de Asmodeu, que perde o desafio quando Maria insere o trava-línguas no jogo. Em sua aparente superficialidade, o artifício articula sofisticados expedientes linguísticos e poéticos, estruturados em verso e calcados em estrutura rítmica oralizada. Ao analisar o emprego do trava-línguas em contextos de ensino e

⁸² Também conhecido como repente, improviso, trova, joga-versos ou (o ato de) tirar versos.

aprendizagem formais, Carlos Nogueira elucida seus atrativos e peculiaridades:

A aprendizagem da língua é também muito facilitada por esta poesia comunal e memorial, que, num processo integrado e gradativo de aperfeiçoamento da chamada gramática intuitiva (apoiada no verso, estrutura rítmica muito perceptível na poesia oral, que produz ou reforça complexos processos de semiotização como o ritmo, a rima, a aliteração e a assonância), desenvolve a exploração dos níveis fonológico, morfológico, sintagmático e semântico. Os trava-línguas, por exemplo, não são importantes apenas do ponto de vista lúdico. A função psicolinguística desempenha igualmente um papel primacial, porquanto esses jogos verbais funcionam como apoio do ensino e desenvolvimento da língua materna aos mais jovens. A estrutura fonológica é aquela à qual a criança acede mais cedo, atraída pela componente lúdica do som. De textos curtos, com cerca de cinco ou seis versos, em métrica de quatro a seis sílabas, a criança passa depois a textos formal e semanticamente mais complexos, que se valem da ambiguidade, da comutação lexical, de representações sociais, da sátira ao mundo dos adultos [...] Da construção de uma identidade linguística e afectiva passa-se para um processo de dialogismo cultural e ideológico progressivamente mais intrincado (NOGUEIRA, acesso em 17 fev. 2014).

Enquanto a magnificência do diabo é posta em dúvida, exaltam-se a astúcia e as habilidades rítmico-textuais de Maria, equiparando-a a personagens que já venceram satã em narrativas orais de ampla circulação, em especial no Nordeste, como a protagonista de *A mulher que enganou o diabo*⁸³ e Manoel (ou Manuel) Riachão. Este último, lendário repentista que se tornou ele mesmo tema de muitos cantadores, terminou por tornar ainda mais estreitos os vínculos entre as batalhas de rimas (com trava-línguas difícilísimos) e os causos infernais. Sua habilidade era tamanha que constantemente ele foi citado como o repentista que derrotou o mal pela força da palavra cantada, como um homem que vendeu a alma em troca do talento no improviso ou até mesmo o próprio demônio disfarçado, divertindo-se na disputa verbal com os humanos desavisados. A recorrência da relação entre as batalhas de rimas e o maior de todos os adversários possíveis, o diabo, revela o patamar de importância destinado ao repente na cultura oral, quando a palavra ganha ritmo, movimento, direção e, dentro dos limites do exercício, letalidade contra o inimigo.

Como jogo, o repente se revela um espaço possível de equiparação

⁸³ As versões orais e impressas da história enfatizam de maneira pungente o fato de *a mulher* ser mais sagaz que o homem em disputas não braçais, que exigem aptidão verbal.

entre oponentes de forças desiguais, permitindo que o poderoso archi-inimigo de Maria, capaz de influir nos destinos humanos e arruinar vidas, venha a competir em pé de igualdade com uma criança inexperiente. À menina, a batalha de rimas possibilita o flerte inconsequente com o mal, o desrespeito para com uma figura de autoridade e o manuseio das armas da esperteza. Um outro estado de coisas se delinea, temporariamente, no território do jogo:

fenômeno que suspende a experiência ordinária e instaura o extraordinário – configurando-se como possibilidade de mirar de modo mais crítico a realidade e tangenciar potencialidades ainda não atualizadas do real (CUNHA, 2011, p. 55)

É perceptível que o repente é empregado para fins de exaltação da cultura popular, por evidenciar o potencial poético e a habilidade linguística dos duelistas. Também é marcante a diligência teledramatúrgica na legitimação dos predicados das manifestações orais, bastar notar o esforço de reproduzir em cena a disputa verbal sem dublagem, quando os atores, de fato, executam o trava-línguas durante as gravações. O reconhecimento, ou melhor, o reposicionamento das poéticas orais tradicionais no âmbito midiático corresponde a uma ação propagandista de classificação qualitativa, que visa a elevar o *status* da cultura popular junto ao leitor-modelo.

Vale notar, entretanto, que na sequência do embate entre Maria e o diabo as estratégias de valorização são outras. Os referenciais eruditos, que em momentos anteriores tanto contribuíram em termos associativos para a legitimação da tradição oral, não se fazem presentes aqui. São os próprios chamarizes dos jogos populares – audiovisualmente reencenados – que atuam para atribuição de prestígio às expressões poéticas orais.

Acredito que o fato seja decorrente do grande potencial televisivo que a disputa verbal oferece em termos de captura de ângulos e variação sonora. O repente reúne dança, canto, gradações de velocidade, intercalação periódica de falas, posicionamento em cena adequado para diversificação de tomadas e ainda uma progressão com começo, meio e fim. Do ponto de vista teledramatúrgico, ele materializa estados de tensão e de risco em formatos poéticos e ainda proporciona dinamismo na edição do produto. O “tropeço” de Asmodeu no trava-línguas também indica que, a despeito da dificuldade de execução do jogo, não é necessária

qualquer *expertise* para identificação do vencedor, o que é muito importante em uma narrativa que segue em fluxo contínuo. Além do que, vale ressaltar, pouco se entende (e pouco importa) o conteúdo em si do texto; são os componentes jocosos, a atmosfera de rivalidade e até de prazer no confronto que se destacam no conjunto, quando Asmodeu e Maria subvertem a relação de forças, revivificando o que Maria Zilda da Cunha, na esteira de Morin, exalta como o indivíduo não cartesiano, o homo *demens*, “esse seu outro que brinca, racional por absurdos, divaga, sonha e delira” (CUNHA, 2011, p. 61).

Na microssérie, o repente é uma instância propagandista da cultura oral tradicional, mas seu formato peculiar é tão compatível com as demandas técnicas televisivas que dispensa balizas exteriores para validação qualitativa.

3.7.3 A Ressignificação da Cantiga como Modelo de Releitura Propagandística

Vitoriosa, Maria retorna à estrada sob o olhar e as promessas de vingança de Asmodeu, pronto a destruir qualquer esperança de futuro que a menina esboce. Suas armadilhas virão sob diferentes faces, explorando os aspectos polimórficos da maldade. Essa alusão ao diabo popular, de sete peles, manifesta-se no programa de forma radicalmente oposta às personificações do bem, isto é, aos ajudantes mágicos que oferecem conforto e ajuda à Maria, nas sequências do Maltrapilho, do Mendigo e do Homem de Olhar Triste (posteriormente também os Mascates).

Se antes um mesmo ator interpretava múltiplos personagens, utilizando o figurino e maquiagem para demarcar as diferenças, no caso de Asmodeu, vigora o contrário, sete diferentes atores dão vida a uma só entidade e a caracterização física ao invés de diferenciá-los, aproxima-os.

Figura 56 – Asmodeu Original



Enquanto Asmodeu Original (**fig 56**), vivido por Stênio Garcia, segue à risca a iconografia demoníaca cristã, com a tez avermelhada, chifres e o corpo zooantropomorfizado, metade homem, metade bode, suas outras versões apenas flertam com as convenções. Todos usam cabelos e barbas ígneas, lembrando as labaredas dos domínios infernais, usam chapéu para esconder os cornos onipresentes e possuem andar claudicante

Figura 57 – Asmodeu Falso Amigo



Nas imagens: o Asmodeu Falso Amigo (Ricardo Blat)

Figura 58 – Asmodeu Brincante



Asmodeu Brincante (Antônio Edson), **fig. 58**

Figura 59 – Asmodeu Mágico



Asmodeu Mágico (André Valli)

Quando se espera que a microssérie reempregue o recuso teatral de acúmulo de papéis sobre os ombros de um mesmo intérprete, o que seria a opção mais óbvia, o programa toma seu avesso, brincando com as convenções de *casting*. Os diferentes tratamentos imagéticos instituem contrapontos internos que opõem o bem ao mal no programa a partir de um mesmo mecanismo, o da visualidade.

E de todas as versões mefistofélicas, talvez a mais eficiente no quesito dissimulação seja a do Asmodeu Mágico. Nela, o diabo se apresenta como um amável artista circense, aproximando-se do Pai até envolvê-lo na pior das mentiras. Ele conta ao viajante penitente que poucos dias antes uma enchente provocara o afogamento de uma criança, descrevendo-a tal qual Maria. Tomado pelo desespero excruciante e consumido pelas palavras de Asmodeu Mágico (“morte de filho não cicatriza”), o Pai conclui que só lhe resta como fim o suicídio e corre em desabalada carreira até deparar-se com um precipício.

Figura 60 – Quase suicídio



Satisfeito, o diabo acompanha o momento de total desesperança do

Pai, incentivando o salto (**fig. 60**). Na hora fatídica, entretanto, quando o ato está na iminência de ser consumado, ergue-se o timbre infantil de Maria, cantando algo que o Pai já ouviu antes:

– Ô querido, nhô pai, não me corte os cabelos
 Minha mãe me penteou,
 minha madrasta me enterrou
 pelo figo da figueira que o passarim bicou
 Ô querido, nhô pai ...

Maria não está em cena, mas sua voz, que reconstitui a presença da criança mesmo a distância, abala o poderoso impulso suicida do progenitor. Ele sabe que a filha já renasceu antes, como a música ratifica, e há de retornar para um reencontro feliz. O homem ganha novo fôlego para a busca e persiste na caminhada, graças à canção.

Apesar de breve, a sequência da quase morte do Pai ilustra exemplarmente as ações transcriativas e propagandistas na microssérie.

Se a primeira execução da cantiga no programa (no episódio 1, quando Maria ainda não saíra de casa) já foi ligeiramente fora da ordem corriqueira⁸⁴, considerando a sequência usual das versões oralizadas de *Os figos da figueira*, esta segunda veiculação é ainda mais radical, subvertendo por completo a longa tradição de uso da música. De natureza denunciante e episódica, sua função em contextos tradicionais é clara e o momento de inserção na história bastante preciso. Em *Hoje é dia de Maria*, no entanto, a lógica é outra. Já no capítulo 1, os realizadores anteciparam a apresentação da cantiga, instigando a memória do leitor-modelo; agora, simplesmente cria-se uma situação de uso inédita, ampliando os horizontes semânticos da canção. Antes a música alertava o Pai sobre a mentira da Madrasta ao revelar o homicídio; agora se dá o inverso. A despeito de manter a referências aos figos e a letra acusatória, a canção sugere que não houve morte alguma e que Maria pode ser reencontrada na estrada da vida.

De certa forma, o que se passa na cena é uma síntese dos subterfúgios de Asmodeu, das ações reparadoras da protagonista e do tipo de releitura que microssérie realiza tendo como matéria-prima os contos populares. *Hoje é dia de Maria* extrai do acervo oral um poderoso elemento, basicamente

⁸⁴ Conferir página 89.

calçado na voz – nesse caso, a cantiga – e a partir dele experimenta diferentes graus de reinvenção transcriativa e de síntese propagandista.

Por vezes o procedimento se mantém próximo da ideia tradicional de fidelidade adaptativa, quando, por exemplo, conservam-se as referências melódicas e textuais de *Xô, passarinho*, tais como existem no domínio oral. Noutras ocasiões, a microssérie dispensa a observância restrita dos eventos e opta por evocar sensações e lembranças associadas à narrativa, quando desloca ou suprime informações dos seus lugares-padrão. O programa pode ainda pinçar um dado, como houve com a canção, e simplesmente dispô-lo em outro contexto, noutra história, sob circunstâncias muito diversas, quando então o leitor-modelo precisa operar um sofisticado jogo interpretativo: administrar parte do sentido anterior como reminiscência, ao mesmo tempo em que enfrenta as novas condições de uso do elemento narrativo.

Pensando especificamente na cantiga, o público sabe e lembra da história da figueira e qual a mensagem da música na narrativa pretérita; parte da função “original” da letra é cuidadosamente preservada. Mas a resignificação também é inevitável: já não há figos, nem Madrasta, nem capinzal, tampouco corpo enterrado na sequência do quase suicídio do Pai. A memória e o contexto presente iniciam sua dança. E daí advém a beleza, os méritos ou desacertos da microssérie, do delicado equilíbrio entre o que se mantém, o que se perde e o que se transforma na passagem do oral para o midiático. Como bem lembra Linda Hutcheon (2011, p. 24), as obras transcriativas promovem seleções de conteúdo que não apenas simplificam ou sacralizam as obras-fonte, como também ampliam sua rede de significações, propondo analogias, críticas e extensões que levam ambas – matriz e releitura – além.

Devo ressaltar ainda que discursos suasórios ficcionais em longos formatos, como é o caso do programa-propaganda *Hoje é dia de Maria*, tendem a apontar não somente as vantagens visíveis das ideias que difundem, mas investem também na divulgação do potencial latente dos bens imateriais tratados. Destarte, a sequência é uma amostragem do que é e também do que *se pode fazer* com o acervo poético oral, da gigantesca gama de possibilidades transcriativas em jogo. Propagandas são recortes e resumos, mas não apenas isso, elas se constituem tanto em estímulos ao consumo imediato de um produto quanto em certificados de *possibilidades futuras de uso*.

Há na microssérie múltiplos ângulos de abordagem das poéticas orais tradicionais. Se somarmos a representação multifacetada de Asmodeu ao experimentalismo na ordem de apresentação dos elementos, como em *Xô, passarinho, Hoje é dia de Maria* sinaliza, de forma concisa e consistente (propagandisticamente), múltiplos caminhos expressivos de revisitação aos contos populares. Como um passado que ainda é presente, como um presente que se projeta de modos inusitados no futuro. Ao público, fica a certeza de que é possível (re)inventar novos rumos tecnopoéticos a partir do acervo mnemônico oral.

3.8 ALINHAVOS TRANSCRITIVOS E PROPAGANDISTAS

Os dois segmentos a seguir aparentam certa distância inicial, um trata de soluções de continuidade no âmbito adaptativo, o outro da propaganda global decorrente da soma dos encontros de Maria, ainda criança, durante a travessia. No entanto, as temáticas tratadas, na verdade, são consequência uma da outra e devem ser lidas como complementares.

3.8.1 Elementos de Coesão e Fluidez Narrativa

A história de êxodo da pequena Maria a colocou em contato com um grupo numeroso e peculiar: mendigos, carvoeiros, retirantes, maltrapilhos, devedores, cangaceiros... personagens e tramas inspirados em diversos contos populares e cuja reunião demanda soluções de continuidade e transição eficientes. Há que se ter um amálgama teledramatúrgico que permita a constituição do programa como um todo, um conjunto imbuído de sentido, em paralelo à formação de pequenos núcleos narrativos, cada um com relativa independência em relação aos demais.

Para Sylvia Nemer (2009, p. 128-129), a estrutura fragmentária de *Hoje é dia de Maria* recupera o conceito de *atrações*, na esteira das experiências cinematográficas da vanguarda russa dos anos 1920. As atrações são breves sequências inspiradas no teatro popular, no *music-hall* e no circo, baseadas no impacto da cor e do movimento, de curta duração e grande impacto sobre o espectador (RAMOS, 1981, p. 19). Que se tome como exemplo a visão de uma

plateia circense, primeiro se apresentam o domador e suas feras, depois os malabaristas, os trapezistas e contorcionistas, por fim, os palhaços. Cada segmento representa uma atração, todas congregadas pela longa tenda colorida, pela atmosfera festiva e empolgação do público. A microssérie seria, por analogia, um vasto picadeiro onde artistas diversos se revezam para composição do espetáculo.

Outra terminologia possível para descrever os núcleos de incidentes reunidos por similaridades temáticas é a de *set pieces*, frações de uma história maior que facilitam a exibição parcimoniosa da obra, porém cuja segmentação não evita que seja formada uma concepção globalizante do produto. Fatores como direção de arte, trilha sonora, ritmo de montagem, figurino, iluminação, cenografia e direção de atores unificam a série e impedem que *Hoje é dia de Maria* se torne uma reunião díspare de estímulos sensíveis.

Mas afora os aparatos técnicos, existem outras estratégias de orquestração do conjunto audiovisual que merecem destaque. Em especial as táticas de concisão e redundância, heranças diretas dos contos que inspiram o programa. Como aponta Ítalo Calvino,

a técnica de narração oral na tradição popular obedece a critérios de funcionalidade: negligencia os detalhes inúteis, mas insiste nas repetições, por exemplo, quando a história apresenta uma série de obstáculos a superar (CALVINO, 1994, p. 49).

A brevidade encontra sua base material no formato de microssérie e corresponde às demandas específicas da propaganda, caracterizada pela rapidez e síntese. As repetições citadas por Calvino se adequam à típica redundância teledramatúrgica, às personalidades de Maria e Asmodeu (uma obcecada pelas franjas do mar, o outro por vingança) e à regularidade na veiculação das canções, sobretudo nos casos de *Xô, passarinho* e *Constante*, essa última verdadeiro hino da protagonista, principal *leitmotiv* do programa.

O próprio nome da personagem é considerado por Renato Gomes como um instrumento de redundância interna na história e de unificação entre narrativas populares diversas, funcionando como uma alegoria nacional de representação de “todas as Marias do Brasil, em várias épocas e regiões” (GOMES, 2006, p. 2). Uma impressão ratificada por Adriane Hauschild (2007, p. 153), segundo a qual “a indefinição do nome configura a pluralidade”, e por Brittos e Simões:

O próprio nome da personagem principal, por sua simbologia bíblica,

constituiu-se como sinônimo de mulher. Sem sobrenome, ele é simplesmente Maria, refletindo que se trata de mais uma entre tantas, ou todas (...) Poderia ser comparada à pluralidade de Severinos, de *Morte e vida Severina* (BRITTOS; SIMÕES, 2007, p. 107).

Outra solução para o alinhamento e combinação das histórias é observada no papel da narradora *in off*, na voz de Laura Cardoso. Ela não é uma personagem da trama, tampouco pode ser confundida com uma versão mais velha da protagonista, já que nunca faz uso da primeira pessoa – o que, de certa forma, condena Maria à infância e juventude eternas no interior da história. A locutora *off-screen* também está fora do roteiro original, tendo sido incluída no programa já na fase de edição, como um recurso de coesão narrativa. Com raras exceções⁸⁵, a voz ao fundo surge apenas no início e no final de cada episódio, basicamente com duas funções principais. A primeira é a de ajudar o espectador a se familiarizar com as idas e vindas de Maria, após o intervalo entre capítulos, no melhor estilo folhetinesco de ficção seriada.

A segunda é a missão de antecipar certos acontecimentos do episódio seguinte, criando expectativas quanto ao futuro dos personagens. Um artifício conhecidíssimo entre os leitores de *As mil e uma noites* ou ouvintes de um narrador oral contumaz, mas pouco frequente em se tratando de teledramaturgia. Nesse caso, *Hoje é dia de Maria* volta-se ao universo oralizado em busca da atmosfera de intimidade que a voz proporciona, da sensação de “conversa ao pé do ouvido” que instiga à cumplicidade.

A camaradagem entre quem conta e quem escuta é potencializada ainda mais pela referência direta ao ouvinte. Ao interpelar francamente o interlocutor (“escuta”, “vê”, “me acompanha”, “abre os óio”), a narradora presentifica-o, reconhece sua existência como destinatário, criando um espaço de convivência e partilha que sugere, mesmo que apenas virtualmente, a corporeidade do público. Ela literalmente se reporta ao outro. Acredito que este é o *correspondente acústico* do olhar direcionado à câmera, endereçado ao espectador pelo Mendigo/Maltrapilho/Homem de Olhar Triste.

⁸⁵ Como no caso da morte de Maria no primeiro episódio. Há uma passagem de tempo entre o assassinato da menina e a chegada do Pai de viagem, período suficiente para que o capinzal cresça e esconda o corpo da criança. Mas somente a imagem possivelmente não seria o bastante para explicar o fato ao espectador. É então que a narradora entra em ação.

É importante ressaltar que a interpretação aqui apresentada não é unânime. Autoras como Myriam Nogueira (2009, p. 39, 56), Maria Lúcia Diniz e Laís Martins (2009, p. 188) compreendem a narradora *in off* na microssérie como um recurso épico de distanciamento brechtiano, destinado a evitar a identificação demasiada entre espectador e personagem. Ou seja, uma leitura radicalmente diferente da familiaridade e do conforto que acredito estarem vinculadas à figura do narrador oral, de quem, na minha opinião, o programa tenta se aproximar.

Um olhar, ou melhor, uma escuta atenta à voz *off-screen* em *Hoje é dia de Maria* revela outras arteirices típicas dos narradores orais relacionadas à atribuição de veracidade ao discurso. Eles podem jurar fidelidade absoluta aos fatos expostos ou mencionar possíveis testemunhas dos eventos, mesmo sem citar nomes. Na microssérie, a narradora emprega com desenvoltura os dois artifícios:

– De modos e maneira que as coisa foram seguindo desse jeitinho, assim mesmo como tô contando [...] Vou dizer a ocêis como foi, como não foi, tar e qual de alguém que viu e não mentiu.

Há ainda o fato de a locutora ser a octogenária atriz Laura Cardoso. Não que o reconhecimento de sua identidade seja crucial para o acompanhamento da história, o espectador bem pode lembrar-se vagamente da voz familiar⁸⁶ sem relacioná-la à dona. Entretanto, persiste o claro indício sonoro de que a narradora é idosa, ainda que sua imagem não seja apresentada na tela ao longo dos episódios. Ao longo da narração, são perceptíveis os sinais mais comuns de envelhecimento vocal: a redução significativa do tempo máximo de fonação e da extensão fonatória máxima (ALVES; CERCEAU; GAMA, 2009, p. 142), que podem e normalmente são reconhecidos por leigos. A narradora, portanto, é um som concreto e também uma figura presumida:

dela só se sabe o que é possível inferir a partir das qualidades materiais de sua voz: tom, timbre, alcance... elementos normalmente aplicados ao estudo da canção, mas que se revelam essenciais também no caso dos contos populares midiáticos, porque, na mente do público, eles materializam um corpo que não se vê. Em *Hoje é Dia de Maria*, a voz da narradora remete a cabelos grisalhos, rugas, andar hesitante, uma bengala talvez. Essa inserção indireta da corporalidade reconstitui o sujeito, caracterizando a voz como presença (PANTOJA, 2012, p. 141).

⁸⁶ É razoável supor que a voz da atriz é conhecida do público televisivo, já que ela trabalha no meio desde 1952 e atuou em mais de 104 produções audiovisuais até o momento.

O programa traduz acusticamente os conceitos zumthorianos de servidão da voz ao corpo, submetendo-a a tudo o que carne implica: idade, experiência, forças e fraquezas. O autor acredita que ao produzir-se como tempo (envelhecimento), o som humano retoma a ideia de espaço (o organismo do falante), quando ambos se ampliam e se limitam mutuamente: “a voz expande o corpo, deslocando seus limites para muito além da sua epiderme; mas, em contrapartida, o corpo a ancora no real vivido” (ZUMTHOR, 2005, p. 89).

A opção por uma narradora de idade avançada acarreta algumas consequências interessantes em *Hoje é dia de Maria*. A primeira é a de reproduzir do ponto de vista sonoro uma conjuntura clássica da oralidade, a transmissão dos contos tradicionais pelos anciãos, tantas vezes incumbidos dos cuidados aos pequenos. Como afirmam Diana e Mário Corso (2006, p. 169), as histórias orais são uma ponte entre gerações e, mesmo que cada época eleja sua safra de ficções próprias, a situação-padrão permanece: os mais velhos compartilham o rico acervo de fantasias que o passado nos lega.

O segundo resultado é o de inserir o leitor-modelo não em uma faixa etária específica, mas uma *posição* correspondente a alguém mais jovem, hierarquicamente inferior na escala da transferência etnotextual, na condição de menos experiente e ainda aprendiz. O público é aquele com quem o tesouro da sabedoria popular será brevemente compartilhado, um patrimônio coletivo, porém narrativamente gerido pelos *performers* orais, no caso, midiaticamente representados. Corporificar quem fala (aqui, a narradora *in off*) é também materializar narrativamente quem escuta, afinal, como afirma Zumthor (2005, p. 93), a oralidade desencadeia reconhecimentos bilaterais: “o ouvinte engajado na *performance* contracena, seja de modo consciente ou não, com o executante ou o intérprete que lhe comunica o texto”, seja em um contexto *in praesentia*, seja por intermédio midiático.

Há que se considerar também que, ao não apresentar a narradora aos olhos do público e restringi-la à voz, a microssérie na verdade amplia sua zona de alcance, porque ela deixa de personificar um indivíduo para caracterizar uma geração ou um tempo, no caso, o passado. Laura Cardoso lentamente estabelece um elo entre a história que se desenrola na tela e os “antigos”, sábios anônimos de um pretérito longínquo e impreciso, detentores de um saber considerado “autêntico”,

originário de um período em que a memória era sinônimo de vivência visual, auditiva, tátil, prática e narrativa, autônoma em relação ao restrito gráfico em celulóse.

Ainda sobre a locução *off-screen*, cabe frisar que seu emprego na microssérie ou em qualquer outra produção teledramatúrgica pode parecer imprescindível em algumas cenas, mas, na verdade, é opcional. Desde os experimentos de D. W. Griffith⁸⁷ em *O nascimento de uma nação*, de 1915, os meios audiovisuais gradualmente desenvolveram uma linguagem suficientemente competente para contar histórias inteligíveis sem o auxílio de legendas ou locuções. O próprio diretor do programa, Luiz Fernando Carvalho, tem em seu currículo um vasto número de trabalhos em que inexistente a narração *in off* e, mesmo em *Hoje é dia de Maria*, cenas em princípio mais herméticas, como da menarca, foram visualmente construídas de modo a dispensarem a locução. Portanto, se na microssérie é marcante a narração *in off*, foi por uma decisão criativa que reconheceu o artifício como um recurso preciso e precioso para a reconstituição dos contextos de circulação oral dos contos tradicionais. Os realizadores explicitamente admitem a voz como o recurso dramático mais adequado ao alinhavo da história a ser contada.

Mas Laura Cardoso não foi a única a assumir o papel de narradora em *Hoje é dia de Maria*, Asmodeu original (Stênio Garcia) também experimentou a função. Nos momentos em que olha para a câmera, o diabo antecipa em sua fala certas ações futuras, descreve eventos e até delinea estados de espírito de outros personagens. Quando isso ocorre, a entidade luciferina normalmente está em primeiro plano em relação à paisagem e ganha um foco de luz direcionado para si, em verde intenso⁸⁸, destacando-se do cenário ao fundo (**fig. 61**). O efeito é quase didático, ele permite ao espectador menos atento acompanhar a diferenciação entre Asmodeu-personagem e Asmodeu-narrador a partir de um artifício de caráter teatral, com a desnaturalização do uso da luz. Nesse caso, o programa realiza uma gestão informativa que alerta o público para os instantes de quase onisciência do diabo,

⁸⁷ Diretor americano consagrado como o grande sistematizador das experiências cinematográficas realizadas pelos cineastas que o antecederam, dos Lumière aos pioneiros italianos das duas primeiras décadas do século XX (SKLAR, 1975, p. 70-71).

⁸⁸ Apenas a título de curiosidade, nas últimas décadas tem feito sucesso a aplicação de tons frios, verdeais ou azuláceos sobre personagens e cenários sobrenaturais maléficos em produções audiovisuais, especialmente cinematográficas. É o caso da versão fílmica de *Drácula* (1992), *O labirinto de Fauno* (2006) e *Deixe ela entrar* (2009). Ainda que Asmodeu, por vezes, seja representado pelos tons avermelhados na microssérie, ele também se alia a uma horda de personagens que rejeitam a obviedade cromática.

quando ele está calibrando o quanto se deve saber sobre a consciência dos demais personagens.

Figura 61 – Asmodeu narrador



Asmodeu seria então outro mecanismo de junção e coesão dos segmentos narrativos da microssérie, adicionado à narradora *off-screen*, à Maria em sua pluralidade representativa, à edição que privilegia os *set-pieces* e aos recursos técnicos em geral, que homogeneízam a obra em se tratando de luz, figurinos, cenários, sonorização ambiente, trilha sonora, etc.

Ainda assim, a despeito de todos os ajustes e alinhamentos propostos, sobressai-se o caráter fragmentado do produto. Por isso mesmo considerado pelos críticos em pelo menos duas ocasiões como uma rapsódia audiovisual contemporânea, em comparação direta à obra-prima marioandradina, *Macunaíma*, de 1928 (conf. GOMES, 2006, p. 3; NOGUEIRA, 2009, p. 60).

Certa semelhança entre as obras, de fato, faz-se presente na combinação de narrativas pré-existentes em um novo texto, na negação da “pureza” cultural brasileira e na valorização das narrativas populares. No entanto, a analogia termina aí. A atmosfera nostálgica, por vezes melancólica e principalmente fabular de *Hoje é dia de Maria* não condiz com a proposta essencialmente anárquica de *Macunaíma*, que reúne em um mesmo texto o estilo épico-lírico das lendas, a desenvoltura descompromissa da crônica e a paródia ao parnasianismo, como resume Alfredo Bosi (2006, p. 353). Andrade expande os limites da epopeia e do picaresco às últimas consequências e cria um protagonista cuja mobilidade supera espacial e temporalmente a de Maria, “o herói, em Mário, é colocado na metrópole nova e funde instinto e asfalto, primitivismo e modernismo” (BOSI, 2006, p. 353).

Hoje é dia de Maria pode ser considerada uma rapsódia? Sim. Aos

moldes marioandradinos? Não. Que se chegue a um meio termo então, declarando-a uma rapsódia audiovisual carvalheana, que segue seus próprios ditames, limites e propostas.

3.8.2 Encontros de Maria e Propaganda. As Poéticas orais como Marca

Apesar do destaque reservado à variedade de temas tratados, há que se pensar também no que a microssérie não comporta. A bricolagem audiovisual de contos e manifestações populares tradicionais realizada em *Hoje é dia de Maria* implica seleções temáticas, restrições de abordagem e condensação de amplos contextos, com limitação de narrativas e práticas a alguns de seus aspectos cardeais. A complexidade e pluralidade do universo oral dão lugar ao fragmento, com ênfase em certas características em detrimento de outras, um tipo de circunscrição que Everardo Rocha aponta justamente como traço definidor do discurso propagandista. Para o autor, todo anúncio é uma focalização em *close-up* de uma ideia, uma escolha de aspectos particulares do bem material ou imaterial, de maneira a tornar sua inserção mais incisiva junto ao público (ROCHA, 1990, p. 147).

Como programa-propaganda, *Hoje é dia de Maria* é basicamente um jogo de recorte, resumo, parcialidade, potencialização e adensamento semântico dos elementos “eleitos” como paradigmáticos das poéticas e da cultura oral. Outros tantos desaparecem da equação midiática. Para exemplar o fato, há a narradora *in off*.

A locução *off-screen* evoca o papel do ancião nas sociedades tradicionais, o de grande detentor dos recursos mnemônicos, responsável pela transmissão de conhecimentos nas comunidades ágrafas; indivíduo capaz de articular os dados cotidianos a partir de uma perspectiva poética. Sintética e perfunctoriamente, a microssérie se vale da figura, transformando o que é atuação basilar nas poéticas orais em um acessório de coesão eficiente, mas em grande medida, facultativo no programa.

Porém, mais que isso, *Hoje é dia de Maria* distancia do contador teledramatúrgico as circunvoluções do discurso oralizado: as frases da narradora *in off* são moderadamente lineares, quase não há lacunas entre as sentenças, inexistente a reordenação sintática constante observada na fala e o discurso não seque a lógica

de encaixe (típica dos contadores de causos), mas o encadeamento regular do texto escrito. Tampouco nota-se algo fundamental às circunstâncias representadas: as pausas. A cultura oral tece uma relação própria com o tempo, as histórias se desenrolam entre memórias que vem e vão, entre intervalos de reflexão e contemplação, até que aquele que conta considere o ouvinte apto a seguir a trama.

A microssérie elimina boa parte das nuances da contação dos causos e contos. Bem verdade que as exclusões obedecem ao princípio de celeridade midiática, mas não apenas isso. Elas sistematicamente abduzem tudo que possa ameaçar o elã da fantasia e remeter o público às possíveis “inconveniências” da circulação oral concreta. Nem sempre o espectador contemporâneo e cidadão está disposto a acompanhar o tempo peculiar do narrador interiorano ou as idas e vindas de uma história que comporta várias outras dentro de si indefinidamente. *Hoje é dia de Maria* sana o problema simplesmente eliminando as causas – fatores que muitas vezes são condições definidoras da circulação oralizada.

Mesmo fora do âmbito da locução *in off*, os eventuais “senões” da travessia pela cultura oral são suprimidos. Há menções ao cansaço na jornada de Maria, jamais ao tédio. A protagonista abraça incondicionalmente todas as manifestações populares com que cruza, sem que preferências ou desagradados sejam notáveis. A microssérie opera em mais de um episódio um silenciamento asséptico, filtrando do acervo cultural oral só o que melhor aprouver ao leitor-modelo. Até as sequências que exploram problemáticas sociais estão condicionadas ao crivo do belo e do consumível. E propaganda também é isso: um esquema estratégico de rarefazer o que não convém para hipervalorizar alvos de interesse do público.

É assim que são excluídos da trama aspectos inerentes ao mundo oral e ao nomadismo em si, como a gratuidade de alguns encontros que pouco ou nada ensinam, o ritmo modorrento da caminhada (física ou narrativa) ou as vicissitudes nem sempre contornáveis pela boa vontade de um amigo. Até mesmo possíveis choques étnicos e culturais são emudecidos no programa, basta ver o encontro entre Maria e os índios. Com raras exceções, como os Executivos, aquilo que não pertence à idealização de um passado campesino, artesanal e justo ao final da jornada não cabe na microssérie.

Estrutura-se assim uma versão teledramatúrgica de enaltecimento ao que Chartier (1995, p. 180) chama de “suposta idade de ouro da cultura popular”. Um tempo matricial, cristalizado, comunal, em que a sabedoria dos antigos e a magia da natureza ainda permitiam a reversão e punição dos gestos cruéis. Exaltação a um mundo mais harmonioso, estável e, por assim dizer, folclórico, inegavelmente utópico se entendido como homogeneidade absoluta.

Interessante notar que, no programa, a fantasia em torno do passado íntegro e solidário é tão ou mais forte que a própria fantasia maravilhosa, de fadas, milagres e magia. Também faz-se mister sublinhar que a nostalgia pelos tempos inaugurais não é exclusividade da atração midiática, muito pelo contrário, ela tem raízes na própria cultura oral que inspira o programa. Como explica Ginzburg (1987, p. 157), sociedades tradicionais são regidas pelo ideal de imobilidade histórica, tendendo a ver no passado um modelo mítico de perfeição, enquanto o presente é sinônimo de declínio moral.

Hoje é dia de Maria, portanto, nega os inconvenientes da circulação oral (pelo menos o que pode ser tido como desconforto para o espectador contemporâneo), enquanto privilegia o ideário bucólico e passadista, integrando-se a um sistema de celebração memorial. Ela divulga o que o público de hoje pode considerar como o mais atraente da cultura e das poéticas orais tradicionais. Em última instância, ao difundir o que há de mais sedutor nos contos populares, a microssérie faz propaganda de um modelo de passado mítico.

Mas tal operação só é concretizada a partir da soma dos encontros entre Maria e os desconhecidos ao longo do caminho. Até o momento, tenho discutido possíveis sentidos de cada entrevero isoladamente, como *set pieces* fruídos de modo individual. Resta pensar na totalidade das aventuras estradeiras e em como elas constroem a mensagem global do programa, pelo menos no que tange à meninice de Maria e a seu périplo pelas veredas da existência.

Acredito que a primeira consequência propagandista da série de testes, duelos e interações entre a menina e seus companheiros de jornada seja o gradual estabelecimento do herói popular. Em meio a gracejos, rimas e jogos, a microssérie desconstrói o salvador aristocrata, de linhagem nobre e culta, para abraçar a protagonista sem estirpe, bem como tudo aquilo que ela suscita em torno de si: a fala cabocla, as cantigas de roda, a carência material e religiosidade simplória. Sob esse ponto de vista, *Hoje é dia de Maria* revela suas tendências

românticas, isto é, no que o Romantismo propõe em termos de valorização e atribuição de *status* ao popular. Uma tendência que se deu a partir do trabalho de compilação das narrativas tradicionais pelos irmãos Grimm (que inspiraram autores em todo o mundo, inclusive Romero e Cascudo) e que Martin-Barbero resume como a

afirmação do popular como espaço de criatividade, de atividade e produção, tanto ou mais que na atribuição a essa poesia ou a esses relatos de uma autenticidade ou uma verdade que já não se acharia em outra parte (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 37, grifo do autor).

O Romantismo atribuiu estatuto privilegiado aos modos de produção poética popular e deslocou a atenção do modelo greco-romano clássico de herói trágico, ao investir no protagonismo de personagens oriundos de camadas pobres da população, também idealizadas como símbolos da pureza.

Na estrutura fabular e onírica da microssérie, Maria é a heroína de inspiração romântica que não nasce princesa, nem se descobre como um membro perdido da realeza. Mesmo quando já adulta e vivendo dias de Cinderela, a protagonista rejeita a majestade dos castelos e prefere as vestes simplórias de camponesa ao fausto dos vestidos de baile. Em cada passo do caminho, ela está em pé de igualdade com os mendigos, maltrapilhos e pedintes, retratando o popular no auge da carestia e da privação.

O radical posicionamento de Maria acarreta na correlação inequívoca entre a cultura e as poéticas orais tradicionais à penúria. Em oposição aos estudos acadêmicos atuais, que reconhecem a permeabilidade de influências culturais entre os diversos setores sociais, no programa, as poéticas orais são frutos da pobreza, criatividade nascida da carência e, principalmente, um mecanismo de equilíbrio entre escassez de recursos e fartura moral.

Chega-se aqui ao segundo resultado da sucessão de encontros de Maria ao longo da estrada, a comparação entre os sentidos de prosperidade em tempos antigos e atuais. O mundo de Maria não é o do espectador. Mas a diferença não reside tão somente na existência de seres sobrenaturais, de objetos mágicos ou na presença visível do diabo entre os homens. O que está em jogo são os contrastes valorativos que distinguem a cultura oral tradicional das sociedades urbanas e midiáticas.

E contraste é uma palavra-chave preciosa neste estudo. Para haver difusão persuasiva em ampla escala, ou seja, para existir uma propaganda, seja de que tipo for, convencional ou mesclada a conteúdo editorial (como no caso de *Hoje é dia de Maria*), ela deve esclarecer o que o produto é e o que ele não pode ser, posto que sua imagem, “o lugar de que dispõe entre os outros, é o resultado de um jogo de diferenças”, esclarece Everardo Rocha (1990, p. 71). O que não significa necessariamente uma questão de essência, mas de perspectiva e de posição, segundo o autor (ROCHA, 1990, p. 146).

A conjuntura atual não está explícita na tela, mas se faz presente por oposição inevitável ao mundo “arcaico” preservado na microssérie. Em torno de Maria, homem e natureza mantêm a comunhão, o desconhecido não é sinônimo de risco e temor, persiste a solidariedade desinteressada e a racionalidade científica não ameaça a crença no sobrenatural mágico. Eis um discurso aparentemente singelo, mas muito contundente na denúncia contra o materialismo e a indiferença das relações atuais.

Mas como advogar a compaixão junto ao leitor-modelo em um contexto de recepção de tendências insulares ou, como se pergunta Pucci Jr (2010, p. 13), em um mundo onde o discurso sentimental está tão desmoralizado? De que maneira transpor e difundir propagandisticamente um ideário aparentemente desgastado junto ao público atual? O autor crê que a resposta reside na estetização da moral edificante como o principal atrativo na microssérie, ou seja, na ficcionalização dos princípios éticos (PUCCI JR, 2010, p. 13).

Sem refutá-lo, gostaria de acrescentar à linha argumentativa outro aspecto, observado por Diana e Mário Corso no que diz respeito à (re)valorização dos contos de fadas na contemporaneidade e que acredito ser cabível também à *Hoje é dia de Maria*, a compreensão da infância como um dos últimos baluartes dos valores “antigos” e da ética incorruptível:

Compreendê-las [as crianças] como destinatárias dessas histórias equivale a torná-las guardiãs privilegiadas do resto de magia que resolvemos carregar para dentro de uma sociedade moderna, hipoteticamente fundada na razão e na ciência (CORSO; CORSO, 2006, p. 171).

Não pretendo estabelecer um paralelo entre comunidades tradicionais e crianças com lastro nas ideias de “primitivismo” ou evolucionismo cultural, mas concatenar o relativamente recente prestígio da infância com as estratégias midiáticas de abordagem da cultura oral popular em termos de atribuição de *status* e de reconhecimento valorativo. É Maria-menina a “garota propaganda” das poéticas orais, nela estão singularmente encarnados os princípios de virtude, correção e lisura. Em *Hoje é dia de Maria*, o universo oral é midiaticamente concentrado na empatia gratuita e na compaixão sem malícias da infância idealizada, também ela uma forma de utopia.

Ao acionar um quinhão da potente simbologia que os anos iniciais do ser humano têm sobre o imaginário do público e associá-lo à proposta ética dos contos populares, a microssérie realiza um tipo de *branding*, ou seja, a conversão das poéticas orais tradicionais em um tipo de “marca”, espécie de rótulo que adquire perfil público pela agregação de valores intangíveis. No caso, há a incorporação de conceitos associados à infância, como a pureza, a autenticidade e bondade inatas, pela “marca” midiaticamente construída.

Rogério Covaleski (2010b, p. 51), ao estudar o hibridismo na publicidade e propaganda, menciona o *branding* como um fenômeno observável em programas de roteiro fixo, como novelas, séries e filmes, mas não chega a oferecer exemplos nominais. Acredito que *Hoje é dia de Maria* concretiza essa ideia, fazendo uso das poéticas orais como uma “marca” reconhecida pelas virtudes elevadas, pelos ideais coletivos e pelo engajamento do indivíduo na construção de um mundo mais igualitário.

Pela força marcária, as histórias transcritas no programa podem ser comparadas a produtos agraciados com selos de cidadania cultural. Tais selos funcionam como chancelas para o reconhecimento de bens que, em teoria, instigam à conscientização do público, promovem ações de inclusão de minorias marginalizadas ou assumem-se “politicamente corretos” em seus modos de feitura e na formulação de seus discursos persuasivos. Segundo José Rogério Lopes (2009, p. 333), à luz dos estudos de Yúdice, os selos institucionais ou informais legitimam o “consumo cidadão”, na crença de que o próprio ato de compra/fruição se torna político. Assistir a *Hoje é dia de Maria*, sob o ponto de vista yudiciano, implica imergir no universo do consumo ativista, comprometido com discursos identitários de cunho tradicional e assumidamente comprometidos com a produção poética popular.

A própria ideia de selo, em si, já carrega um alto teor propagandista. Pensando na constituição da marca “poéticas orais”, aos moldes de um selo cultural, o sentido promocional fica ainda mais evidente. Entretanto, não custa lembrar: ao longo da pesquisa, não trato propaganda de forma pejorativa ou estritamente mercantil, mas como um fenômeno dos tempos atuais, que perpassa diferentes meios expressivos, sendo capaz de hibridações múltiplas. A propaganda é vista como síntese e categorização.

É o que ocorre na série de encontros de Maria estrada afora. Pelo reforço moral encarnado em diferentes personagens, um só movimento de ênfase de ética comunitária emerge (contraditoriamente, unificado em meio à diversidade).

Uma estratégia análoga é observada em outro produto audiovisual com fortes tendências propagandistas, o documentário *A Barca – Turista Aprendiz*, de Angélica del Nery. Lançado em 2005, o filme é uma coletânea de registros de danças populares em diversas regiões brasileiras. Mas ainda que cada sequência seja acompanhada por dados essenciais sobre onde e quando ocorreu a *performance*, ao final da obra o espectador não é capaz de descrever as diferenças geotemporais ou coreográficas entre as apresentações. Ao público resta apenas a indubitável certeza de que o Brasil é um *país que dança*, profusa e prazerosamente, de norte a sul do território de dimensões continentais. Em *Hoje é dia de Maria* se dá algo similar. O leitor-modelo forma um senso geral em torno dos encontros que tende a apagar as peculiaridades de cada relação estabelecida, de modo que o conjunto se impõe ao particular.

4 CHEGADA

Quem está na margem está perto do mar
(Fabrício Carpinejar)

4.1 DIAS DE MARIA ADULTA

UM RITO COMO PROPAGANDA DE OUTROS RITOS

Para tristeza da protagonista, a infância, que tão bem se harmoniza às ideias de retidão e virtude etnotextuais, não dura para sempre. A fim de alcançar um novo espaço ansiado, no caso as sonhadas franjas do mar, a personagem deve abandonar o lugar ou a condição em que se encontra, a travessia impõe um preço à pequena Maria e o cobrador é implacável.

Quando a canção desperta o Pai da tentação do suicídio, grave tabu associado à interdição do paraíso e à perda irreparável da alma, dessa vez Asmodeu não suporta a cólera que o consome. Novamente Maria frustrou seus planos, mesmo de forma indireta. Cego pelo ódio e munido da chave que a menina perdeu no caminho (ao saltar uma poça d'água), o demônio decide vingar-se da criança roubando seu maior e mais precioso bem, a infância. Asmodeu conclama as forças da ventania e incita à aceleração do tempo.

Figura 62 – Redemoinho



Com o redemoinho, Maria perde a boneca de palha que segurava (**fig. 62**) e Asmodeu rapidamente usurpa o brinquedo. Ivna Alba (2011, p. 47) vê na posse do objeto uma referência ao vodu, quando a retenção de um artefato permite provocar prejuízos ao dono a distância. A autora acredita que é assim que demônio exerce influência sobre o corpo de Maria.

Figura 63 – Menarca



A súbita transformação da protagonista a partir da menstruação não é serena

Figura 64 – Lamentação



Maria se assusta com o corpo adulto e lamenta a perda precipitada da meninice.

Sangue mancha o vestido da criança e escorre pelas perninhas morenas, apesar de não haver qualquer machucado aparente. Quando os ventos se acalmam, Maria aproxima-se de um riacho e lava as mãos maculadas. O reflexo nas águas, contudo, não é mais de uma criança, mas de uma moça. O diabo roubou a infância da menina ao promover a menarca, Maria agora é uma mulher.

Na sequência, a microssérie retoma os ritos de passagem, como já ocorrera anteriormente com a morte da protagonista no capinzal e sua posterior saída do lar paterno. Agora é a puberdade o desafio da neófito Maria.

Mas para representar de fato um rito, há que se ter um contexto que abarque o grupo social, com definição de papéis funcionais e instantes de tensão balanceados com atos tranquilizadores, que restaurem a esperança na divindade e nas leis naturais que regem os homens, como elucida Zumthor (2005, p. 99). É quando Nossa Senhora surge em cena.

Apaziguadora, otimista e conciliatória, a santa atenua os temores de Maria frente à nova conjuntura, que Diana e Mário Corso (2006, p. 178) descrevem

como uma situação típica dos contos, “a angústia de deixar de ser e reinventar-se em um outro estágio”. Para tanto, a aparição constrói um discurso que naturaliza o processo de maturação sexual e insere Maria em uma história mais ampla que a trajetória individualizada. Nossa Senhora (**fig. 65**) declara a sacralidade do fluxo menstrual, fenômeno de fertilidade que renova a existência na Terra:

Figura 65 – Nossa Senhora



– Em ocê começô a corrê as águas da vida (...) Ocê agora é parte do grande ciclo! (...) O que vem não se adia e chegô: ri e celebra, porque o mundo pode se refazê em ocê.

A menina desaparece para que emerja a mulher adulta. A segunda morte simbólica de Maria é reflexo de muitas outras perdas e renascimentos observados nas narrativas populares, quando os desafios impostos aos heróis os conduzem a estágios superiores de existência, modos particulares como a cultura atualiza dramaticamente propriedades biológicas do humano.

Vale destaque o fato de a microssérie abordar a puberdade sob a perspectiva feminina, já que o desenvolvimento núbil ocorre em velocidades bastante diferenciadas entre meninas e meninos. Nelas, o amadurecimento é acelerado, restrito a breves três anos. Neles, a lentidão é maior e a transformação pode se estender por até sete anos. Portanto, a microssérie não se distancia da impressão de subtaneidade da adolescência feminina.

Além disso, há exploração de um recurso imagético claramente definido no que tange à maturidade sexual, o sangue. Mais que isso, trata-se do sangue diluído nas águas do riacho, que por sua vez revelam ao espectador o primeiro vislumbre da personagem adulta (**fig. 66**). O sangue e a água são assim

elementos transicionais tanto para a protagonista quanto para o público, que deve gradualmente ser apresentado a outra circunstância narrativa. Aqui, possíveis efeitos especiais (digitais) de transformação da criança em mulher

foram dispensados em prol de uma leitura condizente com a ritualização operada em comunidades tradicionais. Nelas, não é incomum a crença de que uma idade específica ou a menarca representam a prova incontestada da passagem da infância para a adultícia, sem outras etapas. “A puberdade era sinal de maturação sexual e psicológica, o passo lógico a seguir seria casar e procriar” (CORSO; CORSO, 2006, p. 189).

Figura 66 – Transição



Hoje é dia de Maria traduz audiovisualmente uma lógica transicional e tradicional por meio de uma das sequências mais impactantes do programa. Visualmente interessante pelos movimentos da água refletidos sobre Maria (nela agora correm “as águas da vida”); franca pela abordagem corpórea não velada, explícita no vermelho sanguíneo; e essencialmente poética pela atribuição de beleza a aspectos biológicos do desenvolvimento. Como propaganda, a cena é determinante para elucidar ao espectador contemporâneo como as poéticas orais tradicionais “leem” a passagem do tempo e instituem rituais a partir da estetização dos saltos etários. A rapidez da mudança, o estranhamento frente à nova fase da vida e a rede de conforto oferecida por Nossa Senhora não formam apenas uma sequência teledramaturgicamente bem estruturada no programa; reunidos, os elementos são a representação dos ritos de passagem em geral na cultura oral. Eles evidenciam como a sabedoria popular parte dos aspectos concretos da vida cotidiana e da relação entre homem e natureza para uma tessitura poética de grande alcance. Uma poesia que abarca a beleza, o senso de finalidade dos processos e o preparo psicológico para o enfrentamento social.

Quando a santa explica e interliga a transformação de Maria ao ciclo reprodutivo, às águas e à vida que se refaz por meio dos futuros filhos, ela integra

pessoa, natureza e comunidade. Um rito que representa uma série de outros da cultura oral. Propaganda de uma forma de pensar e de sentir a existência.

4.2 A BORRALHEIRA REBELDE

Os novos caminhos seguidos por Maria em sua versão crescida, no entanto, não serão sempre tão afinados com a tradição quanto a sequência da transição púbere. Adulta, Maria vai se equilibrar no tênue fio limítrofe entre convenção e novidade, de forma pendular e cambiante, trazendo à tona discussões em torno do feminino e das possibilidades de o programa-propaganda adequar as temáticas dos contos orais ao universo de expectativas do espectador contemporâneo. Desafios particularmente notáveis quando o assunto é o futuro amoroso da personagem, como se verá a seguir.

Ao deixar as margens do riachinho em que viu seu reflexo adulto pela primeira vez, Maria se aproxima de uma imponente grade de ferro, pórtico que a conduzirá a um mundo novo, o do trabalho regular. Ainda menina no sítio do Pai, a protagonista já conhecia as lides domésticas e do campo, mas sob um ponto de vista informal e familiar; agora, ela é apresentada à colheita sazonal de trigo – que visualmente sugere uma relação com o corte de cana-de-açúcar e a faina dos boias-frias. Maria-mulher sente a força coercitiva social e se integra à mão de obra ativa. Ela carrega fardos de trigo à sombra de um castelo silencioso e sombrio, onde moram os donos da terra.

Figura 67 – Colega de Maria



Os companheiros de trabalho na colheita explicam à Maria que o castelo é do “Nhôr Fazendero”.

Figura 68 – Moradores do castelo



Todos os habitantes palacianos estão completamente inertes, como se congelados , desde que o filho caçula dos grandes senhores (“por nome de Príncipe”) desapareceu, numa tarde de pôr do sol. A partir de então, nunca mais amanheceu ou anoiteceu no lugar.

Mas o Príncipe perdido voltará em breve, ao deparar-se com a beleza de Maria no trigal. Ele se movimenta pela mata em passos de balé e, lépido, volta ao castelo, despertando toda corte de seu sono depressivo.

Enquanto isso, outro reencontro se desenha. Ao deixar o campo e volver à casinha simples que ocupa na fazenda, Maria se depara com Joanhina e a Madrasta, tão maligna quanto antes, a despejar um conjunto de ordens sobre a enteada. Com tristeza evidente, a protagonista se resigna e cede (**fig. 69**). Está assim armado todo o contexto para a reencenação das aventuras da Borracheira (também “Gata Borracheira” ou “Maria Borracheira”), hoje mais conhecida como Cinderela.

Figura 69 – Maria Borracheira



A história da jovem subjugada pela Madrasta, subestimada pelas irmãs de criação e cuja beleza floresce em um baile da corte (seria ela uma debutante?) é uma das narrativas populares mais repetidas em todo o mundo.

Bruno Bettelheim (1980, p. 286) cita um estudo de M.R.Cox que reúne 345 versões da Borralheira. Diana e Mário Corso (2006, p. 107) corroboram o sucesso da trama, afirmando que sua antiguidade é proporcional à amplitude de difusão, classificando-a como “clássica”, na medida em que boa parte de seu delineamento básico é mantido de forma transgeracional.

Em *Hoje é dia de Maria*, a história é comprimida e perde boa parte do detalhamento narrativo. Por exemplo, na microssérie o ajudante mágico que provém o vestido e os adereços de baile à Maria recomenda que ela saia do castelo antes das badaladas da meia noite, mas não há explicações sobre o motivo da interdição de horário, não existem carruagens a virar abóboras ou criados que retornem à condição de camundongos⁸⁹. Há saltos informacionais entre as cenas, porém o fato não compromete o entendimento, já que o programa se direciona a um leitor-modelo que, necessariamente, domina o passo-a-passo do conto, preenchendo as lacunas com desenvoltura. É posto em operação o que Linda Hutcheon (2011, p. 162) chama de “o prazer da acessibilidade”, observado quando o espectador desfruta da adaptação *como adaptação*, movido pelo regozijo de fruir o familiar, espécie de conforto ritual pela trama reencenada. Conhecendo o todo, pode-se suprimir os pormenores, de maneira a criar júbilo sem cansar o público.

E, além da supressão de pormenores, há também variações no conto teletranscrito, como na abordagem do sapatinho. A presença do acessório é importante para ressaltar os resquícios orientais da narrativa, em conexão com os países onde há valorização milenar de pés diminutos, associados à nobreza, à feminilidade e à negativa do trabalho braçal (CORSO, CORSO, 2006, p. 113). Seu tamanho reduzido também contrapõe a delicadeza da Cinderela/Maria à corpulência da filha da Madrasta; sem contar que a lógica do “encaixe” do pé no calçado, ansiada pelo Príncipe, o que remete à existência de almas gêmeas e de completude, ideia cara aos adeptos de amor romântico idealizado. No programa, no entanto, o sapatinho não é de cristal transparente. Ao encontrar o Mascate Salim que lhe cede vestido e sapatos (outro lembrete de que a Borralheira nasce no Oriente e é trazida na bagagem dos viajantes que aportaram no Brasil), Maria explicitamente pede um par de sapatinhos encarnados, uma cor bem pouco casta se comparada à

⁸⁹ Vale lembrar que vários dos pormenores hoje difundidos foram acrescentados por Charles Perrault, no século XVII, sem referências prévias no universo oral (BETTELHEIM, 1980, p. 301). Particularidades bastante exploradas em meios audiovisuais, com destaque para as produções animadas da Disney.

transparência do cristal. Primeiro indício que a Cinderela televisiva foge ao padrão cordato das princesas rotineiras.

Outra inversão é o fato de a corte e o herdeiro real estarem em dormência (sono ou desaparecimento), à espera da chegada de Maria a fim de despertarem. A imobilidade enfeitiçada costuma ser uma maldição que acomete apenas as princesas, restando ao homem predestinado o papel ativo no desenrolar da história. Aqui, ao contrário, é Maria quem desempenha a função tradicionalmente masculina de iniciar a etapa seguinte na vida do consorte.

Bettelheim (1980, p. 254, 272) explica a inércia observada em muitos contos de fadas (o sono de cem anos da Bela Adormecida ou o quase coma da Branca de Neve) como uma metáfora da adolescência, período de espera entre a agitação da infância e o despertar para a vida sexualmente madura, quando o rapaz, enfim, dá nova vida à escolhida. Em consonância a essa leitura, vale ressaltar que, no programa, enquanto o Príncipe não retorna, o tempo estaciona em um entardecer eterno, período de transição entre o sol da meninice e a noite dos amantes (o Amado, futuro parceiro de Maria, terá a noite como palco).

Além de a mulher ser quem encerra a adolescência do personagem masculino, *Hoje é dia de Maria* também inova na caracterização da nobreza palaciana. A opulência material e a distância entre aristocratas e convidados comuns do baile não são retratadas exclusivamente pela fidalguia dourada das jóias e trajes, mas também pela altura das figuras artificiais que compõem o séquito real, algumas com até três metros. Todas usam máscaras, têm corpos e formatos de bonecos.

Figura 70 – Castelo medieval



Para Claudio Paiva (2006, p. 2), o programa recupera “analogias, semelhanças e simpatias do imaginário medieval”. O período foi caracterizado pelo fundo escurecido e por dezoito figuras quase estáticas (**fig. 70**), confeccionadas com mais de 850 folhas de papel prensado, criadas pelo estilista Jun Nakao. Alguns bonecos atingiram a altura de três metros e foram necessárias mais de 5 mil horas de trabalho para a realização das cenas (MEMÓRIA GLOBO, acesso em: 15 jun. 2013). Vale notar a vivacidade contrastiva do vestido de baile de Maria.

A desumanização da realeza é intensificada pela movimentação anômala dos personagens em cena. Por efeitos de animação, os nobres “deslizam” pelo salão de baile de maneira atípica e a própria Maria parece flutuar ao ser escolhida pelo Príncipe para compartilhar uma dança. Sem diálogos, a sequência alonga-se em um ritmo incomum e causa forte estranheza no espectador, alinhando-se ao segmento dos Executivos (sobre a tecnocracia), momento em que *Hoje é dia de Maria* retrata circunstâncias teoricamente fora do âmbito da cultura oral tradicional.

É importante compreender como a microssérie constrói um *comentário visual* acerca do que foge ao oral folclorizado. Denise Duarte Guimarães (2007, p. 77) lembra que as imagens nem sempre são subservientes em relação ao conteúdo verbal que as acompanha ou aos cânones de representação ocidental, variando da redundância absoluta à autonomia insurreta (sendo esta segunda mais próxima da sequência da *Borracheira*). No programa, o repertório iconográfico do público relativo ao medievo é chamado em causa, porém ressignificado por meio de artifícios expressionistas. O pretense “realismo” audiovisual é substituído pela exteriorização da visão subjetiva de Maria, apequenada frente ao fausto do castelo. Percebe-se também a crítica à petrificação da corte, conjunto de personagens sem

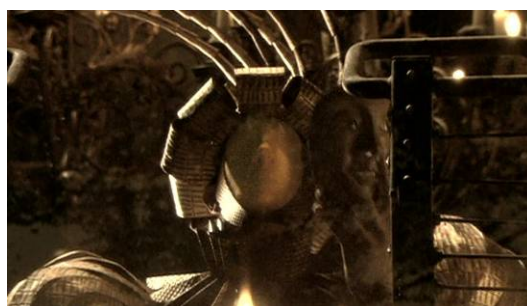
consistência individual, anulados pela posição que ocupam. Para fortalecer essa leitura, em dado momento do baile, o Príncipe retira a máscara e – surpresa – inexistente um rosto ali. Não há olhos, nariz ou boca, apenas um contorno de poucos relevos. O herdeiro real é uma figura, uma posição, um lugar, não um alguém.

Figura 71 – Príncipe bailarino



Antes de retornar ao castelo, o Príncipe foi apresentado como um ágil e vivaz bailarino, livre no bosque do eterno entardecer

Figura 72 – Príncipe sem face



Já no baile, sem a máscara, ele se torna um personagem sem feições

Os homens de nenhuma face, os corpos que se movem sem andar, as alturas inverossímeis ao indivíduo comum são o retrato da ruptura do sujeito com o mundo natural, a delimitação de um território onde o fulgor da cultura oral não viceja, espaço que causa inquietação a Maria e ao espectador. De tão improvável em sua estruturação cênica, o fragmento corre o risco de desagradar o público, mesmo assim, prevalece a audácia da sequência em negar veementemente a felicidade castelar dos contos de fadas e os clichês narrativos sobre o príncipe encantado.

É a estranheza que revela o desvio da mensagem normativa tradicional: não haverá casamento, tampouco o “felizes para sempre” após a

coroação dos futuros reis. Como não existem diálogos nas cenas medievais, as anomalias do mover-se, impulsionadas pelas técnicas de animação, são a única base de compreensão para a futura rejeição de Maria ao Príncipe e a tudo que ele representa. O estranho, o antinatural, o não orgânico e o inflexível, apresentados como antíteses da cultura e das poéticas orais tradicionais, serão abandonados pela protagonista. E os efeitos digitais que dão suporte à sequência assinalam os usos das novas tecnologias eletrônicas, que “redimensionam o que podemos chamar de fidelidade à *imaginação* – em vez da óbvia fidelidade à *realidade*” (HUTCHEON, 2011, p. 55, grifos da autora).

A fixidez do castelo é ainda mais flagrante se comparada à exuberância da festa que se desenrola no exterior do forte (**fig. 73**). Uma celebração pobre nos adornos, mas impetuosa no movimento dos corpos, no batuque ritmado e nos cantos de júbilo. É claramente uma festa de afrodescendentes, em trajes que remetem ao período da escravatura e oferecem o contraponto visual e sonoro à realeza enclausurada. Suas *performances* são o antônimo vivo da domesticação gestual e do protocolo insípido da etiqueta “civilizada”.

Figura 73 – Festa fora do castelo



Interessante notar que, ainda no âmbito do comentário visual, o figurino de Maria representa a união entre os dois mundos diversos. Seu vestido de baile tem o corte e o brilho adequados aos salões da corte, porém os motivos são juninos, lembrando os remendos do vestuário caipira. Maria enverga sobre o corpo uma roupa capaz de cativar um príncipe, mas toda feita de pedaços, de restos, traços do que está lá fora em canto e dança. Ela veste um ponto de encontro entre o erudito e o popular, como os rastros medievais presentes nas festas e no imaginário

nordestino brasileiro, uma Borralheira sertaneja que ainda usa o sapatinho encantado, desde que ele subverta o código das cores virginais das princesas.

Dentre as várias leituras possíveis decorrentes das reviravoltas da Cinderela midiática, gostaria de destacar duas que particularmente interessam à pesquisa. A primeira relacionada às escolhas transcriativas da transposição do âmbito oralizado para o teledramatúrgico e a segunda vinculada aos aspectos propagandísticos da sequência.

4.2.1 Do oral para a TV

CONTO E VARIAÇÕES. MARIA FOGE DO ALTAR

Bettelheim (1980, p. 159) sintetiza a imprecisão vaga do desenlace das histórias populares de príncipes e princesas: “O que é este reinado que muitos heróis de contos de fadas ganham no final da estória? Sua característica principal é que nunca sabemos nada sobre ele, nem mesmo o que fazem o rei ou a rainha”. Sabe-se que há um casamento obrigatório à vista, mas a felicidade posterior aparentemente se limita ao encontro com o par romântico. A languidez das princesas adormecidas se desfaz com a chegada do príncipe, o único capaz de garantir *status* social e a estabilidade do casal e... apenas isso. Nos contos tradicionais como o da Borralheira, o prêmio merecido pela passividade da mocinha é o matrimônio em si, o que representa, na opinião de Mário e Diana Corso (2006, p. 76) “um tratado sobre a relação de homens e mulheres com a feminilidade”.

A inércia do sono enfeitiçado, longa espera pelo masculino redentor, é condizente com a antiga percepção ocidental acerca das mulheres, em especial entre a antiguidade e o medievo, que reservava às moças solteiras o sonho exclusivo de tornarem-se esposas, e que, de muitas formas, perdura em comunidades tradicionais. Sob esse aspecto, uma boa parcela dos contos populares assume a condição de etnotextos, ao tornarem-se vias de acesso privilegiadas às representações que um grupo tece sobre si e sobre o mundo em geral (PELEN, 2001, p. 71).

No entanto, há que se pensar que mesmo os etnotextos mais consagrados em dadas comunidades interpretativas estão sujeitos ao embate entre persistência e variação devido às transformações sócio-históricas inerentes à passagem do tempo. Entre a reprodução dos modelos narrativos e a afronta aos

padrões da história, as mudanças se insinuam gradativamente nas areias da trama, inclusive em contextos de circulação tradicionais. “Cada versão produzida no presente é possível. Ela ousa”, afirma Pelen (2001, p. 67, grifo do autor). Portanto, ao propor uma alternativa à ingenuidade resignada das princesas medievais, *Hoje é dia de Maria* contradiz alguns textos-fonte dos contos populares tradicionais, mas reconhece uma das facetas responsáveis por sua longevidade: a adaptabilidade das versões. No programa, Maria abandona o Príncipe durante a cerimônia de casamento e despe-se dos trajes rígidos de futura monarca (**fig. 74**).

Figura 74 – Vestes de noiva



A inversão moral da história da Cinderela na microssérie, que Myriam Nogueira (2009, p. 62) descreve como parodística e feminista, constrói uma personagem condizente com a trajetória proposta até então, a da menina que desafia o diabo e adota alguns traços dos antagonistas clássicos dos contos populares, como a esperteza e a inquietação. Mas, principalmente, a fuga do altar atende aos anseios do leitor-modelo contemporâneo, afeito a outro tipo de tematização feminil. Ao analisar histórias produzidas na segunda metade do século XX, Diana e Mario Corso (2006, p. 133) destacam a emergência de tramas que refutam a submissão entre gêneros, “as mulheres contemporâneas teriam mais motivos para se identificar com essas princesas indômitas do que com a inerte Bela Adormecida”. Myriam Nogueira (2009, p. 66) ratifica a ideia, comparando Maria às personagens-título de filmes atuais como *Deu a louca em Chapeuzinho* ou *Deu a louca na Cinderela*⁹⁰. Para Claudio Paiva (2005, p. 2; 6), a sequência da Borracheira

⁹⁰ Apesar do que leva a supor a falta de criatividade na tradução dos títulos para o português, as duas obras não fazem parte de uma série ou são continuação uma da obra. O primeiro filme é uma animação de 2005, com direção de Cory Edwards. O segundo data de 2007 e foi dirigido por Paul J. Bolger e Yvette Kaplan.

é um exemplo de como o exercício transcriativo se adequa à ética da comunicação midiática, hoje voltada à ficcionalização libertária e afirmativa do feminino.

Especificamente nesse caso, o programa minimiza a adesão sumária às versões mais tradicionais da história, que compõem quase uma instituição em se tratando de contos populares (uma imponência muito bem representada pela altura dos membros da corte, recurso que permite várias leituras), para construir uma versão mais flexível das tramas orais, crítica frente à experiência autorizada. Afinal, transcrições, em maior ou menor grau, também são formas de insubordinação:

as adaptações perturbam elementos como prioridade e autoridade [...] O poder também pode ser adaptado – isto é, desestabilizado, interrompido – e memória e mutação, tema e variação, novamente desempenham seu papel. O retorno não precisa ser uma regressão (HUTCHEON, 2011, p. 232).

O ouvinte/leitor/espectador de Cinderela já não idealiza uma Borracheira tão submissa. O contexto de recepção se transformou e mudou tanto que mesmo se houvesse a tentativa de manter na microssérie o conto tal e qual as versões tidas como mais “legítimas”, nada garantiria que o público a compreendesse sob o mesmo prisma do passado:

a combinatória de elementos em que uma representação se apoia não necessariamente faz parte intrínseca da história, ela pode mudar conforme o cenário e a época em que a narrativa é contada. Dentro desse ponto de vista, é possível supor que contos como *Cinderela* ou *João e o Pé de Feijão* não resistiram até nosso tempo pelas mesmas razões que os consagraram nas tradições recolhidas pelos folcloristas ou nas versões de Perrault e Jakobs (CORSO; CORSO, 2006, p. 26-27).

A passividade de Maria em aceitar um casamento independente dos laços amorosos com o nubente seria aceita e até recomendada em gerações anteriores, mas muito possivelmente rechaçada pelo público contemporâneo, que superou as concepções de servilismo feminino e do amor cortês, ao adotar o ideal do amor romântico, com a valorização de vínculos carnis e afetivos no interior do casamento. Um modelo que ganhou força a partir o século XIX e se tornou o ideal hegemônico de relação sentimental no Ocidente nos séculos XX e primeiras décadas do XXI (LINS, 2013, p. 268).

Ao promover alterações, adições ou subtrações às tramas, ações tantas vezes denunciadas como atos de profanação, *Hoje é dia de Maria* questiona a cristalização das versões consolidadas de Cinderela, porém se mantém coerente com a lógica geral da variabilidade e adaptabilidade da cultura oral, que prevê a observância do contexto de recepção das narrativas. Mais que isso, o programa intensifica seu caráter propagandístico ao moldar o produto narrativo aos sistemas de valor do destinatário atual, adequando-o ao nicho de consumo almejado.

4.2.2 A Propaganda Contraintuitiva

Se afirmo que *Hoje é dia de Maria* reinventa caminhos narrativos para uma das personagens mais recorrentes do acervo oral tradicional, como ainda situar a atração televisiva no âmbito propagandístico? De que maneira é possível compreender o programa sob um viés suasório midiático de valorização do cabedal popular se a protagonista rejeita o desfecho clássico do conto para seguir adiante na estrada? Não seria toda propaganda cultural um retorno às matrizes de pensamento, como ocorreu na sequência da menarca?

Não obrigatoriamente. Muitas vezes a ação de difusão em larga escala tem de subverter aspectos da mensagem para conservar a exaltação a outros, em uma equação de tendências transcriativas – mudar para manter. A fim de esclarecer esse ponto e situar a sequência da Borracheira como parte de uma estratégia propagandista teledramatúrgica, devo primeiro me deter em um tipo particular de divulgação midiática, que academicamente começa a ser estudada no Brasil sob a denominação de “contraintuitiva”.

Toda publicidade e propaganda, seja em contornos estandardizados, seja em formatos híbridos com produtos de entretenimento, como *Hoje é dia de Maria*, obedecem à mesma lei: a de compor um discurso prescritivo, não no sentido jurídico de expiração de prazo de vigência legal, mas como mensagem de injunção, uma receita sobre modos de vida que sugerem a aquisição de um bem, a contratação de um serviço, uma mudança de hábitos ou a reconsideração de posições políticas, só para citar alguns exemplos de um amplo universo.

Bem verdade que o imperativo dos verbos de ação, típicos até a segunda metade do século XX – “beba”, “leia”, “compre”, “assista”... – deu lugar à persuasão identitária – “seja” –, e o público hoje é reconhecido como coartífice no

processo comunicacional. Ainda assim, perdura a compreensão de que publicidade e propaganda são um tipo de “vetor do governo da conduta, ao contribuir para arregimentação de comportamentos, a transformação de modos de sociabilidade e a instauração de novos modelos de subjetividade” (MAZETTI, 2011a p. 2).

No caso da propaganda contraintuitiva, a proposta é convencer o público não somente a abraçar um produto ou uma causa social válida, mas a fazê-lo a partir da ruptura com os modelos hegemônicos de representação, promovendo a valorização das chamadas “minorias” nos processos comunicacionais:

A publicidade [e a propaganda] no viés contraintuitivo pode ser entendida como um esforço discursivo e persuasivo de essência mercadológica, que busca inserir na sua narrativa indivíduos representantes de grupos minoritários, alvos de estereótipos sociais negativos em “outros/novos” contextos de sentido. Quer dizer, nesse discurso tais indivíduos aparecem como protagonistas e/ou destaques da produção, além de serem apresentados e transitarem de modo “natural” em posições e contextos sociais de prestígio, ou seja, mais favoráveis. Ambientes e posições considerados anteriormente apenas para determinados perfis hegemônicos (BATISTA; LEITE, 2009, p. 3).

A grande aposta é no poder da visibilidade para fins de reposicionamento de grupos sociais, com a progressiva diluição ou supressão de estereótipos negativos no campo publicitário, o que serviria de estopim para a transformação nos demais domínios expressivos. Porém, cabe salientar que apenas incluir um sujeito pertencente às minorias (um homossexual, uma mulher, um negro, um indígena...) no universo do anúncio não basta para configurar uma propaganda contraintuitiva. Se o indivíduo for caracterizado de forma secundária, em situações de subalternidade, o objetivo não é alcançado e o efeito é inverso: cria-se um novo contexto de preconceito e discriminação. É condição fundante do discurso contraintuitivo garantir o protagonismo de sujeitos historicamente excluídos, apresentados em posições antes destinadas apenas a perfis sociais hegemônicos, de maneira a

possibilitar simbolicamente aos representantes de grupos estigmatizados o trânsito em contextos diferenciados e posições mais favoráveis de prestígio social, antes jamais experimentados por eles, no campo da comunicação publicitária⁹¹; como também, estimular que tais contextualizações sejam promovidas socialmente (BATISTA; LEITE, 2009, p. 10).

Não que a propaganda contraintuitiva seja o único e predominante mecanismo de superação das desigualdades no âmbito comunicacional, mas ela fornece um relevante instrumental analítico e comparativo ao público, “subsídios simbólicos para a produção de sentido reverso às significações que o receptor se mostra mais resistente [...] instaura-se uma ‘disputa’ cognitiva entre as ‘novas’ crenças adquiridas pelo receptor e as tradicionais” (BATISTA; LEITE, 2009, p. 14).

Conflitos que revelam o papel da P&P na revisão e constituição da memória do público. Francisco Leite e Leandro Batista (2009) citam pesquisas que descrevem como mensagens midiáticas contraintuitivas preparam “a estrutura do lembrar”, de modo a permitir a melhor assimilação e armazenamento de informações positivas sobre o grupo social antes estigmatizado nas narrativas publicitárias. Investimentos de médio e longo prazo em um projeto de integração que ultrapassa as fronteiras do produto e do consumo imediato.

Mas que não haja dúvidas e nem ilusões – a propaganda e a publicidade contraintuitivas em momento algum sobrevivem exclusivamente de ideais igualitários. Os aspectos mercadológicos do processo jamais são inteiramente suplantados, seja em programas-propaganda de longa duração e formatos ficcionais, a exemplo de *Hoje é dia de Maria*, seja em anúncios regulares. Tecnoesteticamente falando, articula-se o casamento entre comércio, mensagem, destinação social e exercício estético, tendências opostas apenas em aparência, acredita Peter Fry (2002, p. 305): “queira-se ou não, o mercado é o divulgador mais eficiente de conceitos e ideias no Brasil contemporâneo”, defende o autor.

⁹¹ Gostaria de alertar para uma contradição interna no conceito de propaganda e publicidade contraintuitivas: o próprio termo escolhido para designar a proposta. Francisco Leite, Leandro Leonardo Batista (2008; 2009) e Peter Fry (2002) optaram pela tradução literal do inglês (*counterintuitive*), baseados na crença de que a palavra “intuição” identifica a acriticidade do senso comum e o uso do repertório cultural cotidiano, que assegura o reconhecimento “imediate” de categorias de indivíduos, sem grandes reflexões sobre estigmas sociais. Assim procedendo, os autores estabelecem uma dicotomia simplória que condena o homem “comum” à posição de reproduzidor de estereótipos e consagra o investigador científico como o único e verdadeiro responsável pela revolução/evolução de costumes. Friso, portanto, a inadequação do termo “contraintuitivo” para caracterizar as propostas publicitárias inclusivas discutidas neste capítulo. O emprego da expressão na Tese tem apenas o intuito de situar o leitor no universo de pesquisas acadêmicas atuais sobre P&P.

A busca por formatos comunicacionais publicitários menos excludentes atende tanto a demandas sociais altissonantes, vivificadas por movimentos civis organizados, quanto à emergência de uma nova parcela de consumidores, antes aliados de boa parte do comércio de bens materiais e culturais.

a publicidade contraintuitiva está se fortalecendo também pelo contínuo acompanhamento e percepção do mercado quanto às mudanças sociais, tais como: poder aquisitivo e reconhecimento do respeito devido a esses grupos minoritários pela sociedade e os danos causados pela rejeição social (BATISTA; LEITE, 2008, p. 160).

Antes invisíveis ou subservientes nos canais midiáticos, as minorias paulatinamente galgam degraus relevantes na escala da visibilidade pública, impulsionadas por novas condições de consumo e pela mutabilidade das pautas reivindicatórias.

Em *Hoje é dia de Maria*, acredito que pelos menos dois grupos minoritários sejam destacados e socialmente reposicionados por mecanismos da propaganda contraintuitiva. Um em esfera global, abarcando a totalidade da obra; outro em menor escala, especificamente nas sequências em que Maria já é adulta, com destaque para o fragmento da Borracheira.

Em todo decorrer da microssérie, a proposta de valorização e enaltecimento das comunidades interpretativas orais, interioranas e de feições tradicionais se dá pelo reconhecimento da mundividência, riqueza e densidade das manifestações populares brasileiras, trazendo para o epicentro das atenções temáticas antes relegadas às margens do conhecimento formal e acadêmico. O “arcaico”, o “inculto” e o “pitoresco”, frequentemente vistos como um ranço supersticioso dispensável à sociedade “racional” e “científica”, adquirem outro *status*, agora associados à ancestralidade matricial, aos padrões éticos comunitários, à singela e profunda religiosidade popular.

A legitimação midiática propagandista dos textos poéticos orais tradicionais exalta o homem campesino, caboclo e iletrado, em movimento contraintuitivo ativo, que reconhece o valor de um segmento social tão excluído que nem sempre é categorizado sequer entre as “minorias”. Invisível até entre os esquecidos.

A esse respeito, *Hoje é dia de Maria* também atende a um requisito bem específico da propaganda contraintuitiva: o endereçamento da mensagem para

além do círculo restrito da comunicação intragrupal, ou seja, o programa lida com um público-alvo que extrapola o(s) grupo(s) retratado(s) na tela. O leitor-modelo da atração televisiva não se confunde com o perfil dos personagens da microssérie, o que Batista e Leite (2009, p. 16) apontam como um fator decisivo para que a proposta de reposicionamento e legitimação se difunda de modo amplo: “peças contraintuitivas falam para a massa e buscam o deslocamento de crenças, são comunicações intergrupo e não para um grupo específico”.

O segundo maior empreendimento contraintuitivo no programa-propaganda diz respeito à representação do feminino, o que requer um olhar mais atento à sequência da Cinderela sertaneja e a suas repercussões narrativas no que tange à infância/vida adulta, trabalho escravo/livre, opressão feminina/emancipação.

4.2.3 Maria Borracheira e a Emancipação Feminina Contraintuitiva

Quando Maria chega do trabalho na colheita e entra na pequena casa em que vive no campo, encontra a Madrasta indolentemente instalada em uma rede na sala, a repetir a Joanhinha que não se preocupe com coisa alguma, afinal, “Maria voltou, Maria voltou”.

Ora, ao pé da letra, a protagonista da história não pode volver. A casa onde ela e a segunda esposa do Pai se viram pela última vez está no sertão longínquo e possivelmente ardeu no incêndio que destruiu o sítio paterno. Na sequência em destaque, as duas estão aos pés de um castelo, às margens da plantação. O retorno apregoado pela Madrasta não é a um lugar geograficamente localizado, mas a uma condição, à subalternidade que os vínculos familiares impuseram à criança e que se refletem na moça. Uma ordem hierárquica que posiciona Maria no patamar mais baixo da escala de importância parental, ao nível do borralho que dá o apelido à personagem, sinônimo das cinzas que mancham a tez da Cinderela. É como se Maria voltasse à subserviência da própria infância.

Importante lembrar que a personagem sofreu há muito pouco tempo uma metamorfose acelerada e lamentou bastante a perda súbita da meninice. Adriane Hauschild (2007, p. 80) alerta para uma possível resistência à condição adulta por parte de Maria, observada na obediência à Madrasta e na conservação do penteado infantil. O retorno da esposa do Pai remete a protagonista à puerícia, outra

vez à disputa por uma posição na família, pela aceitação dos pais e ao universo da rivalidade fraterna, independentemente de pais ou irmãos serem biológicos ou não.

O retorno alude ainda às matrizes narrativas que inspiram a sequência. O escrutínio de Bruno Bettelheim sobre as muitas versões orais da *Borracheira* revela a correlação entre a história e as fases do desenvolvimento humano em que os pequenos se sentem incompetentes frente aos anseios dos adultos, às vezes discriminados em relação aos irmãos e aviltados a uma condição inferior à que deveriam estar.

Já Myriam Nogueira (2009) e João Eduardo Justi (2010) compreendem esses sentimentos de injustiça não exclusivamente sob o viés da evolução etária, mas como uma convergência entre a Cinderela midiática e o trabalho escravo, indiretamente evocado na dança dos trabalhadores rurais negros à sombra do castelo (a casa grande?) e nas tarefas impostas à Maria – limpar, lavar, cozinhar, etc. Myriam Nogueira lembra que o próprio Cascudo já estabelecia paralelos entre os contos populares de retratação da desigualdade e o longo período escravocrata no país, traçando uma ponte entre o teórico e a microssérie:

Essa revolta de Maria é justificada por Cascudo desde a época da escravatura: “nos negros, a revolta do sentimento de justiça contra castigos não merecidos ou contra a recompensa imerecida da má conduta teve também seu eco na repulsa e condenação da opinião pública e deu origem a essas versões” (CASCUDO, 1971, p. 400). É essa versão mulata que chega até nós, embora muitas vezes os contos populares tenham sido politicamente incorretos com a imagem do negro (NOGUEIRA, 2009, p. 66)

Particularmente, acredito que as duas leituras são possíveis, isto é, a volta à impotência da infância e a metáfora ao trabalho escravo. Mas acresço uma terceira via de compreensão do fragmento: a equiparação entre submissão da jovem e a vida de esposa oprimida, já que Maria é “avaliada” em prendas domésticas antes da cerimônia de casamento. Cada uma dessas instâncias potencializa e é potencializada pelas demais, numa rede de sentidos que se retroalimenta. Ao mesmo tempo que retorna às raízes das versões orais da *Borracheira*, reavivando sentimentos de rivalidade infantil, *Hoje é dia de Maria* extrapola os limites do dissenso entre irmãos ao abordar a injustiça sob uma perspectiva sócio-histórica, de alusão ao período escravocrata e à representação do subjugo à mulher no tradicional papel doméstico e cordato.

Mas faz-se mister destacar que nos textos populares tradicionais comumente há dois caminhos possíveis para restaurar a equidade nas relações humanas. O primeiro é a via do maravilhoso, já que “os gestos verbais dos contos estão preñes de trágico e de justiça, na acepção da moral ingênua do poder que aniquila a realidade imoral” (JOLLES, 1976, p. 204). A intervenção mágica na trajetória da Cinderela é percebida no papel do ajudante que oferece o vestido e os adereços, às vezes até os acompanhantes e a carruagem; nos pássaros que adornam os cabelos da futura princesa; no sapatinho que só reconhece um só pezinho em todo o reino.

Na outra trilha, os recursos do maravilhoso até se fazem notar nos contos, porém o sonho de justiça aos mais fracos não é resolvido pelo extraordinário, ele é alcançado pelo engenho e esforços do herói, em uma mensagem de perseverança e, sobretudo, de superação.

Para compreender qual das alternativas é enfatizada na microssérie, há que se pensar em duas ausências relevantes nas cenas da Borracheira: não há intervenção de Asmodeu ou de Nossa Senhora nos eventos, apenas a do Mascate, que se restringe a fornecer a matéria-prima para Maria brilhar frente ao Príncipe. Há sim a Madrasta, que pouco remete ao insólito e atua mais no sentido de evidenciar o grau de dificuldade em vencer pendências familiares (tão graves quanto os malefícios demoníacos). No âmbito televisivo, é da heroína que deve partir o movimento de insurgência.

A despeito da resignação inicial e o retorno ao servilismo doméstico, o motim da protagonista se desencadeia gradativamente. Primeiro com a ida ao baile proibido. Segundo com a revolta de Maria quando a Madrasta tenta convencer o representante real de que Joanhina é a dona do sapatinho perdido no castelo. Por fim, há o grande levante, quando a personagem abandona o Príncipe no altar e lega à Joanhina e à Madrasta o vestido e os adornos do casamento. Ela já não precisa de disfarces, nem provar seu valor à realeza ou à família. Maria supera a sujeição da infância e o subjugo sobre o feminino, entendendo-se pronta para assumir plenamente a adultícia.

Especificamente nas cenas da Borracheira, nega-se a vitimização passiva das princesas, que devem vencer, pelo poder da ação, os sentimentos de desmerecimento, inferioridade e desvalorização que outros tentam impor. Ao minimizar a intervenção sobrenatural na trama, o programa exalta o arrojo e os

méritos do feminino insurreto, enfatizando alguns aspectos já insinuados nas versões-fonte, que situam a Cinderela como uma heroína proativa. Como frisa Bettelheim, um dos maiores trunfos da Boarralheira é que a ajuda mágica apenas dá o empurrão necessário para a ida ao baile, depois dali, tudo que se desenrola é pela tenacidade da personagem, que “transcende de modo magnífico sua condição degradada, apesar dos obstáculos aparentemente insuperáveis” (BETTELHEIM, 1980, p. 284). O que a microssérie promove é a ênfase nos aspectos emancipatórios presentes no conto, nem sempre valorizados nas versões mais conservadoras da história. No caso da Borrallheira, o programa-propaganda elege tendências contraintuitivas de abordagem.

O reconhecimento do valor oculto da jovem sob os farrapos e as máculas das cinzas que inspiram o nome Cinderela pode, em princípio, parecer um reforço positivo banal, como um manual de autoajuda gasto, que só atrai o público incauto. No entanto, que se note a importância das escolhas de Maria: ela não ambiciona o revide à Madrasta e à Joanelha, estando mais interessada na busca pela imprecisa ideia de felicidade. Sua primeira e mais óbvia via de ação não a conduz ao destino esperado, ou seja, não reside no Príncipe ou no matrimônio a resposta aos seus anseios, portanto, ela deverá seguir estrada, destino que suas predecessoras nas versões orais não compartilham.

A recompensa mais imediata pela ousadia da personagem é que boa parte do caminho se desanuvia a partir do enfrentamento da sujeição infantil, com a afirmação da vida adulta e autônoma. Nunca mais a Madrasta voltará a atormentá-la. Doravante, os passos de Maria a conduzirão ao abandono gradual da dependência afetiva da família de origem rumo a uma existência menos atrelada às figuras paterna e materna, vitoriosa sobre os temores arcaicos (como o diabo), menos sujeita ao acaso (a intervenção dos amigos mágicos) e mais consciente dos próprios recursos interiores. Maria caminha para as franjas do mar, rumo à autorrealização.

A fuga de um casamento sem amor, que Maria empreende de forma tão enfática, desestabiliza algumas versões dos textos-matrizes, porém se harmoniza com as tendências propagandísticas contraintuitivas, que situam a mulher como competente o bastante para empreender uma jornada subjetiva, independente de ter ou não um parceiro conjugal.

Na teledramaturgia da nova Cinderela, se hoje o matrimônio por conveniência é considerado oposto aos ideais de felicidade, então que a história seja um instrumento de reflexão e subversão aos valores não mais aplicáveis. Em suma, que a narrativa se adapte às expectativas do espectador na contemporaneidade, atendendo às demandas do público-alvo em um procedimento midiático suasório.

Como frisa Henrique Mazetti (2011a, p. 1), discursos propagandísticos que almejam mudar ou fortalecer modelos comportamentais organizam suas definições de “boa vida” por meio de referências ao risco, pela ênfase nas escolhas individuais frente à grande oferta de possibilidades e mediante apelos ao aprimoramento pessoal. Como propaganda contraintuitiva dos contos populares tradicionais, *Hoje é dia de Maria* sugere ao público a maleabilidade dos finais pressupostos, desde que seja observado um dos maiores valores da atualidade, a realização pessoal feminina. Segundo Mazetti (2011, p. 7), ainda que se caracterize pela concepção de *self* autorreferencial, a propaganda tanto incorpora quanto interdita tendências gerais, adequando-se à sua época e ativamente contribuindo para a configuração (socialmente compartilhada) do mundo.

4.3 DE HOMENS E PÁSSAROS, A EXPERIÊNCIA AMOROSA DÚPLICE

Ainda no interior do castelo, prestes a trocar alianças com o Príncipe, Maria escuta um som alarmante, o bater das asas do Pássaro Incomum contra as janelas do palácio. O animal, que acompanha a personagem desde a infância, atrapalha a cerimônia, sendo alvejado pelos arqueiros do reino. O som das asas e o chiro de dor pelas setas não são os únicos fatores determinantes para a interrupção do casamento, mas têm importante papel no “despertar” de Maria para a realidade do mundo lá fora. Após abandonar o altar, a protagonista sai em busca do animal ferido, encontrando-o quase morto, na mata próxima.

Figura 75 – Maria retira a flecha



Compadecida, Maria retira a flecha que atingiu o Pássaro Incomum

Figura 76 – O Amado



a É quando ele se transforma em homem, justamente o par destinado à moça errante, companhia que ela buscava

Esse entrelaçar de histórias, em que o início de uma nova trama se insinua já no final da sequência anterior (da Borracheira) é possivelmente o que há de mais próximo na microssérie de uma narrativa encadeada, característica da transmissão oral. É também o prenúncio da revisitação ao mito de Eros e Psiquê, que inspirou uma série de contos populares relacionados ao “ciclo do noivo-animal” (BETTELHEIM, 1980). A série reúne histórias em que o futuro parceiro amoroso é transformado em animal e, para conquistar a felicidade a dois, a jovem deve se submeter a provas físicas ou psicológicas para desfazer o feitiço que impede o enlace pleno. O rapaz, por sua vez, tantas vezes apresentado nas narrativas como homem-pássaro, deve despir-se do ideal de liberdade, “de seu vôo etéreo, angelical, solar, para tornar-se homem, por via do desejo, para assumir o *pathos* humano, as intempéries da terra e da experiência” (BARROS; SILVA, 2011, p. 211).

“O papagaio do limo verde”, narrativa reproduzida por Sílvio Romero em *Folclore Brasileiro* (1954), é um exemplo de conto popular inspirado no mito, mas com detalhes típicos da flora e fauna locais. Nele, o moço metamorfoseado em

pássaro todas as noites se banha em uma bacia d'água, lançando brilhantes reluzentes por todo lado, de forma similar às cenas da libertação da noite na microssérie, em que Maria, ainda menina, vislumbra o banho prateado do Pássaro Incomum à luz do luar⁹². A versão romeriana de Eros e Psiquê já era aludida no programa bem antes do Amado ganhar versão humana.

Figura 77 – Detalhe do Pássaro Incomum



Detalhe do Pássaro Incomum, criado pelo tradicional grupo mineiro de teatro de bonecos Giramundo, com acabamento do artista plástico Raimundo Rodrigues. O artefato, de 12kg, levou dois meses para ser concluído e demandou o uso de uma grua para manipulação (CORRÊA, 2004, acesso em: 22 fev. 2013).

Figura 78 – Corpo do Pássaro



Suas asas em leque pescoço, cabeça e tronco eram controlados por 20 fios não encobertos por recursos de pós-produção, o que contribuiu para a atmosfera teatral das cenas.

O deslumbramento com o amor nascente trará profundas consequências para a vida de Maria. Há o abandono definitivo dos resquícios infantis: o penteado da personagem muda, o vestuário insinua decotes discretos e às vezes parte do ventre fica à mostra, revelando a mulher adulta. As “franjas do mar” também ficam em segundo plano, substituídas por uma nova prioridade, a realização afetiva. Como ressaltam Diana e Mário Corso (2006, p. 130), o amor

⁹² Descrito na página 152.

marital ou filial costuma ser o motor, o prêmio e o desafio de muitas histórias tradicionais de origem oral. Alcançado o laurel, a busca se torna vã; tudo que Maria anseia agora é o deleite dos encontros com o Amado.

No entanto, a ventura pouco perdura. A sombra nefasta de Asmodeu volta a encobrir a trajetória da protagonista e ele tudo faz para separar o casal, inclusive derramar lágrimas demoníacas (**fig. 79**), capazes de devastar os campos e as criaturas:

Figura 79 – Lágrimas de Asmodeu



– Eu sou o senhor dos descaminho, do escuro que não tem fim... onde geme a solidão e o amor está ausente! Por isso sinto frio, muito frio no coração e, assim, caminho só, desde as antigas era. Meu coração é gelado, minha inveja é gelada, meus olhos, minhas lágrimas geladas! Que elas gelem o mundo!

Figura 80 – Pássaro congelado



O pranto de Asmodeu assola a terra. O Pássaro Incomum não resiste às baixas temperaturas e perece sob a neve.

Assim como o sisudo castelo medieval da Cinderela, o alvo cenário de inverno europeu não deve ser compreendido ao pé da letra em termos de caracterização espacial na microssérie. Os contos populares tradicionais que norteiam o programa operam sob uma “verdade referencial conotativa” (PELEN, 2001, p. 58), em que as aparências externas são reflexo direto dos tormentos ou da mansuetude do interior dos personagens. Para Simon Schama (1996, p. 70),

“paisagem é cultura antes de ser natureza; um constructo da imaginação projetado sobre mata, água, rocha” – uma máxima expandida ao limite nas produções poéticas populares. E na conversão das histórias tradicionais em produtos infantis, essa lógica resiste, imperativa:

o desespero da criança é abrangente – porque ela não conhece gradações, e se sente ou no inferno mais tenebroso ou gloriosamente feliz – e por conseguinte só a bem-aventurança mais perfeita e duradoura pode combater seu medo de uma devastação total no momento (BETTELHEIM, 1980, p. 157).

Para Paula Salazar (2008a, p. 103), mesmo quando direcionadas a adultos, as narrativas populares lidam com o transbordamento da interioridade dos personagens, portanto, o alastramento da condição emocional pelo ambiente constitui atmosferas compatíveis com a trama teletranscrita. A infelicidade que extrapola os limites corporais de Asmodeu não é só dele, mas também de Maria e do Amado, que seguem a tradição romântica da morte ou quase morte pela separação prolongada entre os apaixonados.

Contudo, é também a força interior de Maria que desfaz a tragédia.

Figura 81 – Maria descobre o Amado



Ao encontrar o pássaro congelado, Maria abraça o corpo do Amado, transmitindo o próprio calor ao animal inerte.

Figura 82 – Abertura da portinhola



O gelo derrete o suficiente para que o peito da ave fique à mostra. Nele, há uma portinhola de metal, com direito a uma fechadura discreta, que, miraculosamente, combina à perfeição com a chavinha que Maria carrega junto ao peito, presente que a mãe lhe dera ainda na infância.

Figura 83 – Coração na mão



Aberto o acesso, a jovem arranca o coração do peito do Amado e pede-lhe que reviva (fig.83), obtendo a graça pelo poder do amor romântico

Na microssérie, a chave de Maria é o equivalente ao sapatinho da Cinderela, objeto desde sempre predestinado ao outro, a descobri-lo, acessá-lo – e que revela, enfim, o grande “tesouro” à espera da protagonista, o amor.

Para Asmodeu, o uso da chave representa o fim de outro de seus ardis. O amor entre Maria e Amado venceu a distância, o sofrimento, as intempéries e a morte. Só resta ao diabo quase vencido uma última arma para interromper o final feliz que se insinua entre os amantes: o demônio desfaz o feitiço que a tornou mulher e restitui a infância à Maria.

4.3.1 EROS E PSIQUÊ: EXPANSÕES DA PROPAGANDA CONTRAINTUITIVA

A releitura de Eros e Psiquê em *Hoje é dia de Maria* comporta várias interpretações possíveis. A primeira é decorrente do próprio mito, que auxilia o homem a lidar com o dilema da distinção entre mente e corporeidade, quando as

qualidades psíquicas mais elevadas (Psiquê) devem se conjugar à sexualidade (Eros) (BETTELHEIM, 1980, p. 333). A cisão entre dia e noite que perturba os amantes deve ser vencida, para Bettelheim (1980, p. 337), tratar-se-ia da “cura do rompimento pernicioso entre os aspectos animais e os aspectos superiores do homem” – esses primeiros representados literalmente por personagens zoomórficos. Para obter a felicidade conjugal, os nubentes inicialmente precisam superar a perplexidade frente às diferenças físicas (o compreensível temor do início da vida sexual) e depois ansiar um pelo outro, no afã de que a noite jamais termine. Eis que então os noivos terão de enfrentar privações e perigos a fim de vencer a ferocidade que preside o enlace, transcendendo o que há de mais primitivo, a mera atração física animal, a fim de construir um amor completo, capaz de sobreviver à luz da manhã, à realidade. Normalmente, é o noivo aquele percebido como temível, transformado em bicho ou monstro e a noiva aquela que deve vencer o medo e perseverar, restituindo a humanidade perdida do parceiro.

A segunda leitura admissível é compreender a sequência como o ápice da estruturação dual da microssérie, que em toda a jornada de Maria tende a construir grandes pares complementares: o bem e o mal são demarcados por Nossa Senhora e Asmodeu; a pobreza dos personagens da infância da protagonista se contrapõe à opulência do castelo medieval descoberto na juventude; as franjas do mar, possível ponto de chegada, são o oposto da partida, o sertão de solo fissurado. Brittos e Simões (2007, p. 10) dão ênfase também à existência de duas Marias, a versão infantil e a personagem adulta. Já Cláudio Paiva destaca a querela entre vida e teatro no programa. Todos esses “*versus*” paulatinos atingem o clímax na história do homem-pássaro, que sintetiza a dualidade por excelência, no embate entre animalidade e humanidade, dia e noite, masculino e feminino, amor platônico (diurno) e carnal (noturno). Um maniqueísmo condizente com as tramas orais tradicionais.

No entanto, o ponto que eu realmente gostaria de ressaltar sobre a sequência diz respeito à configuração ficcional do feminino. Se a Borracheira sintetiza do que Maria foge, a sequência do homem-pássaro expõe o que a personagem almeja, portanto, a segunda é uma extensão da primeira na configuração do ideal feminino proposto na atração televisiva.

No fragmento da Cinderela, o máximo de ousadia em termos de sedução é o uso do vermelho no sapato de cristal da quase princesa. Já em dias de

Eros e Psiquê, Maria e o Amado explicitam o inequívoco envolvimento sexual entre eles por meio da nudez em cena.

Seria inteiramente possível abordar a história de modo velado, deixando subentendido o laço erótico entre os amantes, no entanto, o emprego do atrativo-mor televisivo, a imagem corporal, torna inquestionável a ênfase do programa nas temáticas sexuais subtendidas nos textos-fonte orais. Maria, em muitos *takes* despida, encontra-se com homem-pássaro insistentemente molhado, escorregadio⁹³, lascivo, impedindo que se desvie o foco da corporeidade irradiante, mesmo que o discurso verbal seja inegavelmente ultrarromântico, quase byroniano. Somente pela fala dos personagens, pouco seria delineado do verdadeiro embate entre as vivências mentais e sexuais do indivíduo. Nesse caso, é a nudez que torna o conjunto da sequência um fragmento visceral e que permite a reflexão sobre o desejo feminino – matéria muitas vezes tabu em comunidades tradicionais, mas de interesse do espectador contemporâneo.

Figura 84 – Nudez



Assim como a ameaça de incesto foi tratada sem dissimulações no primeiro episódio da microssérie, as sequências do amor adulto de Maria também trazem à luz a temática sexual contida nos contos populares orais e tradicionais. Uma opção que auxilia o espectador na compreensão da releitura de Eros e Psiquê, mito cuja essência assinala a descoberta dos prazeres do corpo.

É importante notar também a apresentação da sequência logo após as cenas da Borracheira. A protagonista acabara de abandonar o Príncipe no altar, rejeitando um casamento proveitoso, mas sem amor, possivelmente mecânico (como era a movimentação de toda a corte real). Agora ela se depara com um parceiro parte animal, tentador, passível de se tornar um objeto de desejo. Portanto,

⁹³ A correlação entre o Pássaro Incomum, a água e a sensualidade já havia sido prenunciada na sequência da chegada da noite, quando Maria ainda era criança. Rever página 152.

é na interligação entre as duas sequências que emerge a globalidade da representação feminil proposta no programa; é pela comparação entre Príncipe e Amado que a insubmissão da mulher se expande até encontrar um feminino que se assume sexualizado, desejante e feliz com o encontro erótico. Principalmente, é da mulher o protagonismo na escolha do seu parceiro, em uma estruturação midiática contraintuitiva. Se a tradicional metamorfose entre homem e bicho é um recurso narrativo metafórico de abordagem do físico, Maria trata abertamente do domínio do corpo, assumindo-o como componente da autorrealização. Daí fazer todo sentido Cláudio Paiva (2005, p.6) conceber o programa como um olhar poético sobre a odisseia do feminino.

Entretanto, há limites para tanta liberalidade na trajetória de Maria. Ela não se entrega ao Amado exclusivamente pela lascívia em si, na verdade, há um projeto afetivo em curso, que prevê a integração entre sexo e amor, mesmo sem a compulsoriedade matrimonial. A microssérie, assim, não repele integralmente a visão convencionalmente atribuída à mulher e relativiza a abordagem progressista. A atração propõe, assim, uma versão midiática de Eros e Psiquê flexível, a partir de uma malha textual inspirada nas poéticas orais tradicionais, mas adaptável ao contexto do espectador contemporâneo, condizente com um mundo hodierno, tantas vezes ambíguo em relação ao feminino. Na propaganda dos contos e da cultura oral que aqui se desenha, hedonismo e romantismo encontram seus elos na pervasividade.

Ainda sobre a sequência de Eros e Psiquê e as formas de endereçamento ao público-alvo, gostaria de abrir rápidos parênteses para comentar não mais a respeito da propaganda contraintuitiva em torno da representação feminina, mas acerca da estruturação da atração televisiva como uma obra *cult*.

Há longos diálogos entre Maria e Amado em que eles estão comumente no chão (as pernas do homem-pássaro ficaram muito tempo sem uso em função dos longos voos e não funcionam como deveriam para sustentá-lo na terra). O casal permanece abraçado, apenas conversando, o que ameaça o dinamismo das filmagens e pode acarretar monotonia visual. Para reverter o problema, percebe-se o uso de *jump cut* para chamar a atenção do espectador, um tipo de corte descontínuo que torna a edição audiovisual evidente, com ruptura ostensiva das regras clássicas de continuidade. O *jump cut* tornou-se uma técnica

usual nos anos 1960 entre diretores da *Nouvelle Vague*⁹⁴ e servia de alerta ao público de que aquela era uma obra ficcional manipulada e não deveria ser interpretada como um filme hollywoodiano, cuja meta era parecer “real” (DANCYGER, 2003, p. 137). Importante destacar que esse tipo de corte seco é facilmente camuflável em uma montagem de intenções naturalistas, portanto, se ele é notável em *Hoje é dia de Maria*, trata-se não de uma falha técnica, mas de uma escolha consciente por parte dos realizadores.

Além de tonar a sequência visualmente mais complexa, o *jump cut* distancia a microssérie do lugar-comum televisivo e aproxima-a da produção cinematográfica. Mais que isso, fala-se aqui de similitudes não com uma corrente qualquer, mas com a *Nouvelle Vague*, movimento ainda hoje reconhecido pelo impulso vanguardista e que originou um volume considerável de filmes considerados *cult* na atualidade. Isso nos remete à discussão travada no primeiro capítulo sobre estratégias de construção de prestígio e legitimidade na microssérie, por meio do emprego de referências culturais já consagradas.

4.4 LIÇÕES DA RODA DA FORTUNA

MICROSSÉRIE E CONTOS POPULARES DE PARTIDA E RETORNO

Depois de restituir a vida ao Amado e tornar a ser criança pelo “desfeitiço” de Asmodeu, Maria literalmente cai do céu, em um baque brusco sobre o chão de terra batida, no sertão de sua infância. O retorno aos primeiros anos reconduz a menina ao cenário de seca, em uma reviravolta descrita por Hauschild (2007, p. 88) como uma “ruptura na sequência temporal, com apagamento do espaço-tempo e dos acontecimentos relativos à Maria adulta, de tal forma que ela fica em dúvida se tudo não passou de um sonho”. Ela tem vagas lembranças de sua vida como “moça-mulhé” e parece ter dificuldade em readaptar-se à condição pueril.

Pior que isso, Maria não sabe que direção da estrada estava seguindo. Agora ela está perdida entre os caminhos, como bem queria Asmodeu, senhor da desorientação, das falsas pistas que levam os viajantes a vagarem a

⁹⁴ Movimento cinematográfico francês surgido no final da década de 1950 que propunha um cinema de máxima liberdade criativa para os diretores, uma proposta alternativa ao controle corporativo dos grandes estúdios hollywoodianos. Os criadores da *Nouvelle Vague* também deram início à internacionalmente influente revista *Cahiers du Cinema*, especializada em crítica cinematográfica e análises sobre o contexto audiovisual. Entre os expoentes do movimento estão Jean-Luc Godard, Eric Rohmer, Claude Chabrol, Alain Resnais, François Truffaut, Jacques Rivette, dentre outros.

esmo (MARQUES; VIDAL, 2006, p. 13). Como resultado, a pequena toma o rumo já seguido anteriormente e refaz os próprios passos, cada vez mais distante das franjas do mar. Seu único consolo é reencontrar os personagens amigos dos episódios anteriores.

Zé Cangaia agora trabalha no parque de diversões “mais animado do planeta”, mesmo que vazio. É ele que propõe a Maria um passeio no carrossel (**fig. 85**) e deseja que a Roda da Fortuna comece a girar, que o mundo – viramundo! – mova-se às avessas, tornando que é desejo, lei.

Figura 85 – Carrossel



A Roda da Fortuna é uma referência à carta de tarô em que coexistem a imagem de um bebê e a de um velho, ou de um ser celestial em contraponto ao diabólico. Simboliza ora o crescimento, ora o retrocesso, em qualquer dos casos, grandes mudanças e inversão nas relações de poder. Em *Hoje é dia de Maria*, a roda afeta quase todos os personagens, os cativos se alforriam, os sem-sombra tornam a tê-las, os mortos revivem e os bons viram o jogo da sorte⁹⁵.

É assim que os Meninos Carvoeiros são libertos das casamatas. O Maltrapilho não tem mais os antigos pés tortos e dança para Maria, exibindo o passo perfeito. O Homem de Olhar Triste mostra à protagonista a linda árvore que nasceu sobre a sepultura do devedor que ela ajudou a enterrar. Os Executivos e Nossa Senhora também ressurgem, mas permanecem os mesmos, um lembrete de que apenas o que é verdadeiramente humano é passível de mudança.

Por fim, Maria alcança a estradinha do sítio da família e se prepara para voltar à vida sofrida de antes. Contudo, o inesperado acontece. A menina

⁹⁵ Vale destacar que Exu, orixá outrora mencionado na análise (ver página 160), também é relacionado aos reveses da sorte, muitas vezes chamado de Giramundo ou Viramundo.

passa pela antiga casa da Madrasta e a vê contente, ao lado de Joanhina e do primeiro marido. Que estranho! A Madrasta não ficara viúva? Na chegada ao lar paterno, mais surpresas. Os irmãos, vistos de longe como sombras, estão de volta ao sítio. O Pai, sóbrio, prepara polvilho. E, principalmente, Ceição, a mãe de Maria, está viva. Viva! A menina chora de felicidade, desnorteada com tamanho milagre. Ninguém entende a reação da pequena e suas histórias confusas sobre morte, castigos e neve são ouvidas com condescendência, tidas como frutos da fantasia infantil. “Tudo que a gente imagina também é verdade, fia” – pondera o Pai, não se sabe se por consolo à criança ou em uma referência indireta ao estatuto da verdade dentro da estrutura ficcional (possivelmente as duas coisas).

Como no carrossel de Zé Cangalha, Maria andou e andou, porém em retorno constante ao lugar de origem, evidenciando o movimento cíclico da viagem empreendida (BRITTOS, SIMÕES, 2007, p. 112); a história evolui para reconstituir o paraíso perdido da primeira infância.

Um menino cigano (**fig. 86**) aparece para trabalhar no sítio e troca olhares curiosos com Maria, enquanto Asmodeu, ao longe, sufoca de ódio. Só ele compreende que, quando mandou Maria de volta à infância, errou o tempo de retorno e enviou-a para a época anterior à morte da mãe. Inconformado, o demônio tenta refazer todo mal que causou ao grupo: o Ciganinho será outra vez transformado em pássaro (assim descobre-se a origem do Amado), Ceição morrerá pela ação do sol, os irmãos vão abandonar a terra, o Pai se tornará alcoólatra, a Madrasta ficará viúva e Maria condenada a reviver seus pesadelos.

Figura 86 – Ciganinho



No exato instante, porém, que Asmodeu vai lançar seu feitiço, a protagonista lembra-se de um presente que traz na trouxinha de viagem, um espelho

dados pelo Mascate, a ser desembulhado apenas quando o coração da menina pedir. Maria mira o objeto com o desejo de mostrar-se bonita para o Ciganinho e vê atrás de si o reflexo de Asmodeu. Sete raios são lançados pelo demônio, sete vezes rebatidos (**fig. 87**). Maria atinge cada uma das “peles” de Asmodeu até derrotá-lo por completo, quando o diabo é tragado pela terra. Só resta da figura nefasta a bonequinha perdida de Maria: sua infância, felicidade, sonhos e futuro.

Figura 87 – Espelho



Este último episódio da microssérie é repleto de personagens e reviravoltas, nitidamente apresentados em um ritmo mais acelerado que os capítulos anteriores, com “predomínio dos incidentes de ação”, como descreve Hauschild (2007, p. 88). Os diálogos se resumem ao indispensável e Maria só interage com os coadjuvantes por tempo suficiente para reconhecer o que mudou na trajetória de cada um deles. As idiossincrasias das subtramas são apagadas em prol da emergência de uma só ideia, estruturada em retorno-repetição-mudança.

Não que a temática do regresso esteja circunscrita ao final da trama. Ao longo de toda a microssérie, aqui e ali, a reversão está em causa, como nas sequências do Pai e dos Retirantes, evocação sutil das narrativas do hebreu em errância, que “perguntado de onde vinha e para onde ia, responde singelamente que está vindo de casa e indo para casa” (FELDMAN, acesso em: 10 set. 2013, p. 1). Também o retorno à mãe, ventre do homem e da natureza, está presente no programa desde o primeiro episódio, quando Maria é enterrada e resgatada no capinzal; uma volta às raízes que simboliza o renascimento do(a) jovem iniciado(a) em outra etapa da existência, após ter passado certo tempo em solo sagrado, identificado pelo útero da Mãe-Terra (ELIADE, 1972, p. 75). Para Bettelheim (1980, p. 216), retornos sucessivos do herói, morto e renascido, representam “as

encarnações anteriores e imaturas” do personagem rumo ao progresso cognitivo e emocional. Mas, sem dúvida, o ápice das ideias de regresso se dá no último episódio, quando o se fecha o ciclo de partida, tarefa e retorno, que Paloma Couto (2011, p. 4) caracteriza como o roteiro básico da experiência humana.

Via de regra, contos populares de partida e volta ao lar são instâncias narrativas de antecipação e experimentação, quando jovens excursionam pelo “mundo proibido”, além das fronteiras familiares (KEHL, 2006, p. 18). São iniciações ensaísticas, repletas de ameaças físicas e psicológicas que vão testar (e em certa medida, formar) o caráter do herói, reproduzindo ficcionalmente os ritos de passagem, com desligamento do núcleo parental ou mesmo da comunidade de origem, em direção à autonomia do indivíduo. E as histórias ensinam também que a ilusão da onipotência infantil e juvenil deve ser abandonada, sendo impossível realizar todas as tarefas isoladamente. Eis que os contos populares, em especial na função de etnotextos, ressaltam a importância da cooperação mútua entre os viajantes; um amigo mágico lhe solicita a ajuda desinteressada, em troca, deixará um artefato a ser usado no futuro e, somente assim, os personagens progridem.

Mas a errância desbravadora, ainda que finde no ponto exato de partida, tem ônus e bônus, como se vê em *Hoje é dia de Maria*. Quem parte jamais é o mesmo que retorna, tampouco os caminhos permanecem imutáveis, “uma vez que se muda de posição subjetiva não há volta, se verá tudo desde um outro prisma” (CORSO; CORSO, 2006, p. 47). O princípio heraclítico é atualizado por meio da Roda da Fortuna e o programa coloca em pauta os limites entre instabilidade e permanência, temas diletos da contemporaneidade, em que os conflitos de (re)adaptação dos imigrantes “ilustra bem a força do espectro do retorno” (JUSTO, 2012, p. 17).

Hoje é dia de Maria apresenta os contos populares como estopins para se pensar as experiências de trânsito do leitor-modelo contemporâneo, ao contemplar a viagem sob múltiplas perspectivas, sejam geográficas, culturais, afetivas, sociais ou psicológicas.

Sedentarismo e nomadismo se compõem e se complementam como formas de vida que combinam estabilidade, fixação, territorialização e enraizamento com mobilidade, exploração e experimentação de outros espaços, ambos necessários para as realizações humanas (JUSTO, 2012, p. 15-16).

A sugestão do programa é de que o público compreenda os textos orais tradicionais como partes de uma poética do deslocamento, ao definir o movimento como elemento constituinte da grande experiência individual e coletiva da apreensão de si e do outro. Um trânsito que se completa com o regresso, “nem sempre lembrado como parte inalienável da viagem” (JUSTO, 2012, p. 16-17), porém indispensável quando se vislumbra a jornada como vivência exterior (física) e interior (psicológica).

Chamo a atenção também para o fato de que a narrativa de retorno ao lar, descrita por Campbell (2007) como o monomito do herói, dividida em desprendimento da origem, aventura com o outro e regresso do personagem transformado, pode ainda ser compreendida como uma representação da própria circulação oral, processo cíclico fundamentado no ato de contar e recontar histórias, em instâncias de interação, repetição e mudança. Parte-se do conhecido e a ele se retorna, com as diferenças inevitáveis decorrentes do trajeto, uma incessante revitalização e reinvenção do familiar, compreendida por Linda Hutcheon como um prazer em si. “Como ritual, esse tipo de repetição traz conforto, um entendimento mais amplo e a confiança que advém da sensação de conhecer o que está por vir” (HUTCHEON, 2011, p. 159). Um deleite, de certa forma, transferível para os meios de comunicação de massa, por intermédio dos produtos transcriativos e da própria serialidade, que promove o reencontro com os mesmos personagens, em circunstâncias sempre um pouco diferentes do episódio anterior.

Outro vínculo entre o regresso de Maria ao ponto de partida da microssérie e os textos orais tradicionais é a concepção de tempo cíclico, que Eliade (2008, p. 64) chama de sagrado e que “se apresenta sob o aspecto paradoxal de um tempo circular, reversível e recuperável, espécie de eterno presente mítico”. A circularidade⁹⁶ temporal, vivenciada em comunidades tradicionais, pode ser consequência do contato próximo entre homem e natureza, que tende ao constante retorno às condições de base, como explica Bakhtin (1999, p. 22):

A sucessão das estações, a semeadura, a concepção, a morte e o crescimento são os componentes dessa vida produtora. A noção implícita do tempo contida nessas antiquíssimas imagens é a noção de tempo cíclico da vida natural e biológica.

⁹⁶ Não confundir com o conceito de circularidade cultural, tratado por Ginzburg.

O percurso espaciotemporal circular de Maria remete aos sistemas mágico-totêmicos que Everardo Rocha (1990, p. 107) identifica como produtores de permanência e regularidade, cujo projeto “é o de não pensar o tempo como linearidade, é o de desfazer o tempo como história” – o oposto das sociedades atuais, que têm na sucessão retilínea dos fatos seu principal eixo de compreensão do mundo.

Por esse ponto de vista, *Hoje é dia de Maria* seria um exemplo do que o autor considera uma contradição inerente ao homem urbano contemporâneo, capturado no paradoxo interno de “uma sociedade que define seu tempo enquanto ‘história’ e que, no mesmo gesto, fomenta instituições que ‘suspendem’ o tempo” (ROCHA, 1990, p. 156).

Penso ser exatamente a reconstituição dos parâmetros do tempo cíclico um dos grandes atrativos para um público habituado aos padrões lineares de acontecimentos. Na microssérie, a reexperimentação das narrativas de retorno e de um tempo que parece correr em outra velocidade, sempre em direção ao começo, é um interessante instrumento propagandístico da lógica das poéticas e da cultura oral tradicionais, ao simular uma volta ao pretérito atemporal dos elementos primordiais, definidores do que seria o Homem em si, independentemente do contexto histórico em que o indivíduo se encontra. Hertz Wendel de Camargo, que pesquisa reminiscências e releituras dos mitos na publicidade e propaganda, explica que campanhas dessa natureza agenciam temporalidades distintas, já que refletem a volatilidade urbana simultaneamente à exaltação das experiências de vida profundas e imutáveis:

as produções midiáticas atuam em dois tempos, um veloz e expressivo, estruturável, em sintonia com nossa realidade social cambiante, e outro uma estrutura permanente, relacionada à memória cultural e aos modelos fundantes dos textos da cultura, espaço do mito, a segunda realidade (CAMARGO, 2013, p. 61).

Além da configuração temporal circular, a microssérie aborda o tema de partida e retorno também da perspectiva espacial, ao retomar as narrativas peregrinas sob o domo: o nomadismo em regresso se torna tema e formato no programa, em uma estreita relação entre texto verbal e paisagem audiovisual. O cenário é circular; o mundo de Maria, como afirmam os realizadores, não tem retas adiante, o que de muitas maneiras, traduz teledramaturgicamente a trajetória

sinuosa dos contadores orais, que carregam na bagagem histórias seculares. O “vagar dos intérpretes no tempo e no espaço”, tão caro a Zumthor (1993, p. 139) ganha uma representação visual cíclica, uma estrada que parte e chega ao mesmo destino.

4.5 PROPAGANDA E REFORÇO

O RETORNO COMO REVISITAÇÃO CRIATIVA

Além de ser um episódio que retrata a circularidade característica da cultura oral, o último capítulo da microssérie também tem um importante papel de reforço propagandístico, ao propiciar o reencontro entre Maria e os companheiros de estrada, com a constatação dos resultados dos gestos amistosos entre os personagens.

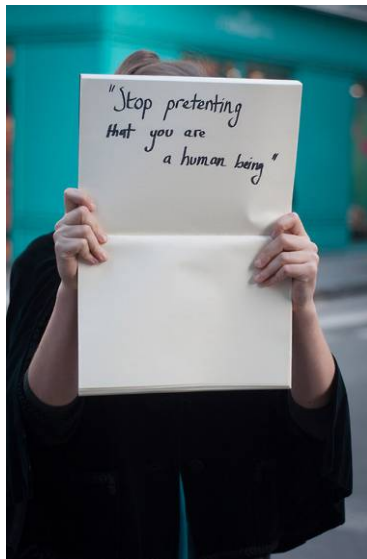
Alguns realizadores e estudiosos dos fenômenos persuasivos massivos tendem a restringir a ideia de reforço ao conceito de repetição, circunscrevendo-o ao plano de mídia, ou seja, eles se dedicam ao planejamento ou contagem do número de vezes que um anúncio é reproduzido nos veículos de comunicação. No caso dos profissionais de comunicação que investem na repetição contumaz, “o perigo aí é a redundância, a saturação, que pode causar desinteresse ao público e gerar um efeito de antipatia após uma empatia inicial” (CARRASCOZA; HOFF, 2009, p. 2). Nas investigações acadêmicas, compreender o reforço meramente como reprodução continuada condena os resultados das pesquisas à monotonia e à esterilidade em curto prazo, sem discernimento dos reais impactos que as mensagens têm ou poderiam ter junto ao público-alvo.

Na verdade, o reforço não se confunde com a repetitividade: ele retoma o núcleo da mensagem com variações quantitativas e qualitativas, o que, na opinião de Sonia Castino (2004, p. 4), promove o adensamento cognitivo da ideia proposta. O conteúdo dependeria menos das contingências do instante de exibição e audiência, tendo maior permanência na memória do público.

As propagandas conhecidas como “virais” são tendências emergentes na contemporaneidade exatamente por apostarem no reforço e não na repetição propagandística. Por exemplo, em 2013, a americana Grace Brown concebeu uma campanha de conscientização composta por dezenas de fotos de

vítimas de violência sexual. Elas apresentavam à câmera cartazes contendo frases ditas pelos estupradores durante as agressões:

Figura 88 – Cartaz 1



Nos cartazes: "Pare de fingir que você é um ser humano"

Figura 89 – Cartaz 2



Não se preocupe, espera-se que os garotos gostem disso"

Figura 90 – Cartaz 3

“Você é muito bonita para ser lésbica”.

A campanha oficial teve alto índice de circulação espontânea nas redes sociais e a na mídia convencional, isto é, pouco ou nada foi gasto para a divulgação da mensagem; os veículos e o próprio público geraram a visibilidade necessária para a difusão das fotos, por meio de compartilhamento. O choque provocado pelo conteúdo verbal e a diversidade do perfil das vítimas (os cartazes reproduziram frases ditas a crianças, mulheres, homens, homossexuais, heterossexuais, solteiros, casados, brancos, negros, etc.) fez com que cada cartaz tivesse impacto individual, além de formar um conjunto impactante como retrato de uma violência largamente disseminada. As fotos de Grace Brown incentivaram mais pessoas a virem a público, divulgando de forma similar suas próprias experiências em redes sociais *online*, assim, a campanha extrapolou o trabalho de Brown e muitas outras fotografias engrossaram a denúncia.

Esse é um caso de propaganda alicerçada no reforço, que revisita a ideia inicial sem incorrer na mera repetição. A iniciativa revela a diversidade do problema simultaneamente à promoção do estímulo para o aprofundamento da discussão.

Produtos híbridos que investem na confluência entre ações persuasivas midiáticas e ficção de longos formatos, como o programa-propaganda *Hoje é dia de Maria*, são espaços particularmente propícios para a criação do reforço, na medida em que a exposição cumulativa pode se beneficiar – e muito –

das estratégias criativas ficcionais. O regresso de Maria à infância, sua desorientação espacial, mais o reencontro com os estranhos do caminho permitem a rememoração de boa parte da microssérie a partir das mudanças observáveis e não da repetição. Com o ganho adicional de que cada alteração na história dos personagens evidencia o acerto das boas ações praticadas, gerando a reafirmação dos preceitos etnotextuais das narrativas orais tradicionais. Nada parece ser tão útil à exaltação da solidariedade e da compaixão quanto a comprovação de seus resultados: a liberdade concedida aos prisioneiros (as crianças carvoeiras), a beleza decorrente da libertação da culpa (o nascimento da árvore sobre a sepultura do devedor), a alegria pela cura da doença (o Maltrapilho não tem mais os pés tortos), o emprego de Zé Cangaia (que deixou de vender a sombra em troca de comida).

Em especial, a sequência dos Retirantes enfatiza a importância da reciprocidade desejável nas relações, seja entre homens, seja entre homens e natureza. Graças à bondade de Maria, o líder dos sertanejos migrantes consegue um resquício de água, que despeja sobre a terra para aplacar “a sede do solo”:

Figura 91 – A cabaça do Retirante



O Retirante esvazia o conteúdo da cabaça sobre o terreno
– Esse chão tá assim porque tudo tiramo da terra sem nada devorvê!

Figura 92 – A chuva salvadora



A doação se converte em chuva salvadora, que cobre apenas a pequena área ocupada pelos Retirantes.

O retorno, portanto, permite que se reiterem os princípios defendidos nos episódios de êxodo, em uma retomada dos preceitos etnotextuais de maneira diversa do que se viu nos capítulos precedentes.

Por natureza, propagandas de qualquer espécie requerem frequência e redundância. Propagandas mais ousadas lidam com a recorrência por meio do reforço. Programas-propaganda tendem a transformar o reforço em circunstâncias narrativas de convergência entre sequências. *Hoje é dia de Maria* realiza tudo isso no último episódio, em prol da exaltação propagandística dos etnotextos e da cultura oral.

4.6 ÀS FRANJAS

A ERA DA PROPAGANDA DIONISIACA

A despeito de tantas reviravoltas no percurso dos coadjuvantes, nenhum personagem chega ao final/começo da travessia tão transformado quanto Maria. A longa jornada da criança desvalida finda com uma protagonista destemida, capaz de suplantar o próprio demônio apenas com as suas forças interiores, lapidadas ao longo da viagem. O símbolo da ciência adquirida sobre o próprio potencial é o espelho que Maria impõe contra Asmodeu, objeto identificado por Jung (1964, p. 205) como sinônimo da obtenção de um ponto de vista que o indivíduo não possuía até então, espécie de autorretrato que pode salvar o sujeito das forças

inferiores da mente, como ocorre na clássica história da Medusa e também na microssérie⁹⁷.

O espelho é uma arma importante para os justos por não ser um produtor de malefícios, ele apenas rebate os encantamentos direcionados a alguém, como ressaltam as narrativas de origem afro-brasileira, especialmente as de Oxum. Superfícies polidas são tão importantes na cultura popular que quebrar uma delas pode acarretar sete anos de má sorte, ao passo que pendurá-las na entrada de casa significa proteção contra o mal que deseje entrar. Nos contos de fadas, ao espelho cabe o papel de descortinar a verdade, tal como o confidente da Madrasta em *Branca de Neve* (HAUSCHILD, 2007, p. 84). Na microssérie, o reflexo é o grande marcador da passagem do tempo, como na visão de Maria nas águas do riacho, após tornar-se adulta.

Para a protagonista, o espelho é o objeto mágico de proteção das forças do bem, presente do Mascate, mas é também um modo de reconhecer-se, de identificar as próprias características simultaneamente à consolidação do poder de discernir o inimigo, neutralizando-o. É uma arma mais apropriada à adultícia que à infância (tanto que a personagem deseja o espelho para embelezar-se para o Amado), sendo um instrumento de maturidade e prova de que o pior antagonista foi suplantado – não Asmodeu, mas a vulnerabilidade infantil extrema. Maria agora está pronta, apta a alcançar as franjas do mar.

Quando a protagonista se desvencilha do demônio e conquista a estabilidade familiar desejada, ocorre na história algo similar ao que sucede com João e Maria, no conto de fadas de mesmo nome. O destino ansiado (a evasão do bosque para os irmãos; a praia para Maria) repentinamente parece fácil e até óbvio, acessível, quase corriqueiro. A menina, acompanhada do Ciganinho, precisa apenas passar sob uma raiz saliente para deixar o cenário de faz-de-conta e gradualmente adentrar na ambientação naturalista litorânea. Nada mudou e tudo mudou, explica Bettelheim (1980, p. 201) sobre os dois irmãos abandonados na floresta, cuja grande vitória não foi exterior e sim a conquista de novos horizontes internos. Um desembargo instantâneo característico de várias narrativas populares tradicionais:

⁹⁷ Em consonância com a leitura junguiana da Medusa como a representação de forças psíquicas a serem superadas, Paula Conceição acredita que o desaparecimento de Asmodeu no fundo da terra representa “as forças amorais e instintivas humanas que devem ser banidas da consciência individual e coletiva” (CONCEIÇÃO, 2006, p. 66).

quando Bela Adormecida finalmente adquiriu maturidade física e emocional [...] o que antes parecera impenetrável se abre. O muro de espinhos subitamente se transforma numa cerca de flores grandes e belas que se abre para o príncipe entrar. A mensagem implícita é a mesma de vários outros contos: não se preocupe e não tente apressar as coisas – no seu devido tempo, os problemas impossíveis serão solucionados, como que espontaneamente (BETTELHEIM, 1980, p. 273-274).

Eis que surge a hora de Maria chegar. Mas aonde exatamente? A qual litoral a protagonista tanto aspira ao longo da jornada?

Para João Eduardo Justi, a travessia da menina desemboca na autopurificação definitiva, já que a crença popular ensina que “os feitiços lançados na água têm efeito decisivo e, para desmanchá-los, é necessário utilizá-la, também. O poder divino do elemento faz parte da vida” (JUSTI, 2010, p. 5). O encontro de Maria com o oceano seria equivalente ao batismo ou a outras formas de renascimento. Diana e Mário Corso também exaltam o poder simbólico das águas, sublinhando “a travessia da água como uma das metáforas para a passagem para outro nível de existência, de transformação, não se sai do outro lado da margem do mesmo modo como se entrou” (CORSO, CORSO, 2006, p. 47).

Myriam Nogueira, por sua vez, acredita que o segredo das franjas do mar reside na simbologia da água como inconsciente. Ao deparar-se enfim com a praia e a imensidão pelágica, Maria não só vislumbra, mas também reconhece e domina a porção misteriosa da mente, sua parcela obscura e aparentemente inexpugnável. Com outras palavras, Brittos e Simões corroboram a leitura de Nogueira:

Pode ser percebido que a busca do mar por Maria nada mais é que a procura dela por ela própria, suas descobertas interiores. O jogo com as palavras **mar** e **Maria** não parecem acidentais e ainda refletem as antíteses que vão permear todo o conto (BRITTOS, SIMÕES, 2007, p. 121, grifos dos autores).

Para Claudio Paiva, a chegada ao mar é o reencontro entre o homem contemporâneo e as forças simbólicas da natureza:

O grande tema da natureza resplandece na fábula [a microssérie], magnetizando a atenção pela exibição dos seus elementos fundamentais: o sol, a lua, a floresta, a terra, o fogo, o vento e o mar consistem em dispositivos-chave na estruturação da narrativa. É interessante perceber que numa temporalidade como a nossa inteiramente atravessada pela informação industrial, tecnológica e midiática, “... Maria” irradia um forte simbolismo com o poder de revigorar a imaginação urbana dos atores sociais (PAIVA, 2005, p. 5).

Visualmente, a chegada de Maria ao litoral é um triunfo e tanto. Ela sinaliza o término da formação iniciática da heroína com o contraponto mais que perfeito aos elementos teledramatúrgicos empregados até então. O espectador vai do espaço confinado do domo à aparente infinitude da praia, do sertão esturricado ao território das águas fartas, do roubo das sombras escuras à claridade da costa, do artificialismo cênico ao naturalismo explícito da paisagem praieira. O mar aberto proclama o fim do ciclo partida-aventura-retorno, inaugurando uma outra etapa na jornada de Maria. O passado e os dramas da família nuclear foram superados, agora é o futuro que se descortina, por isso é tão importante a presença do Ciganinho nas cenas derradeiras, acompanhada da fala da narradora, que afirma a felicidade do casal “até hoje”. A pintura estática dos cenários do domo dá lugar ao horizonte aberto e infinito de possibilidades do mar em movimento.

Figura 93 – Maria e o Ciganinho partem



Maria e o Ciganinho/Amado decidem encontrar as franjas do mar

Figura 94 – Saída do domo



O casal deixa o faz-de-conta do domo ao passar sob raízes (possivelmente da brasilidade)

Figura 95 – Maria encontra o mar



E encontra o mar aberto

Figura 96 – As franjas do mar



Oceano “real” ou o mais próximo possível da realidade que o programa pode oferecer ao espectador. A história finda ao som de cantigas infantis e das águas.

Ao romper as condições de existência da fábula televisiva, dependente da atmosfera teatral do entorno, a microssérie aparentemente liberta a protagonista da fixação obsessiva por um passado folclorizado eterno. O ciclo de partida-caminho-regresso dá lugar ao porvir e uma nova sugestão de uso das poéticas orais toma corpo: no episódio final, é possível pensar os textos populares tradicionais para além da conformação do homem em seu tempo e espaço, concebendo-os como instrumentos de instituição da utopia.

Não me refiro aqui às concepções utópicas do pretérito idealizado, comuns nos etnotextos, mas às visões do devir. Como afirma Simone Weill (*apud* CAVALCANTI, 2002, p. 2), o enraizamento, tema de fundo de *Hoje é dia de Maria*, é um conceito dúplice, entendido como a “experiência de uma coletividade que conserva vivos certos tesouros do passado e certos *pressentimentos do futuro*”. Zumthor (1997, p. 25) também menciona a necessidade da travessia pelo pretérito e o “apagamento” do momento corrente com vistas à construção do porvir, em uma descrição que parece talhada à microssérie: “Esquece-se o presente antes de conhecer o passado memorial, a fim de projetar sobre o futuro uma figura de eternidade”.

Maria agora representa o vindouro, mas é pelo refazer das antigas pegadas do passado – na verdade, de uma certa versão de passado – que os contos populares conduzem a uma promessa do amanhã substancial e abrangente, o horizonte sem limites que o mar representa. Um é o passaporte para o outro. Uma ideia harmônica com o pensamento contemporâneo (e, por consequência, com o próprio leitor-modelo), que tende a reduzir as distâncias entre História, ficção e os anseios sonhadores do devir:

a percepção inicial de que eles representam uma contradição é superficial [...] Hayden White deixou isso claro ao chamar a utopia de a “outra” história e a história de a “outra” da utopia [...] Ambas lidam com a mudança, ambas remetem à experiência e à expectativa, ambas fornecem elementos de orientação para o agir humano, mesmo se de modo distinto. É essa distinção que lhes confere peculiaridade. Olhando mais de perto essa distinção, logo se constata relações mediadoras, referências implícitas e dependências mútuas (MARTINS, 2011, p. 16).

Na microssérie, é como se do acervo nascesse a perspectiva do futuro. Mas, para fazer chegar ao espectador os ecos de um passado idealizado, tradicional e de feições populares (senha de acesso a um devir de esperanças), as

reminiscências narrativas foram materializadas em dinâmicas experimentais, transcriativas e ficcionais, que exigem, além da dedução sequencial cartesiana, a capacidade de unir prazer, imaginação e esperança em formatos maravilhosos. Uma costura de fragmentos que propõe uma versão atraente e estetizada de outro tempo, uma propaganda que extrapola a descrição do produto para divulgar uma sensação.

“Vivemos a era da propaganda dionisíaca, centrada na exploração dos aspectos emocionais, em especial na moldura televisiva [...] justificando a opção pelo relato como forma de entreter, ludicamente, o público” (CARRASCOZA; HOFF, 2009, p. 3). Para Gilles Lipovetsky, o discurso persuasivo midiático

libertou-se da racionalidade argumentativa, pela qual se obrigava a declinar a composição dos produtos, segundo uma lógica utilitária, e mergulhou num imaginário puro, livre da verossimilhança, aberto à criatividade sem entraves, longe do culto da objetividade das coisas (LIPOVETSKY, 2000, p. 8).

A chegada de Maria ao mar é o ápice da felicidade prometida no programa-propaganda. A saída dos bosques da fantasia e a descoberta da imagem “concreta” do oceano indicam a intercessão de dois mundos, o do fabular e onírico com o universo reconhecido como “real” e palpável, identificado com a transmissão televisiva mais convencional. Em última instância, a chegada ao destino é uma metáfora do encontro entre a cultura oral tradicional e o mundo presente como o leitor-modelo o reconhece, midiaticizado. Na microssérie, é na convergência pacífica de ambos que reside o final feliz de Maria, nas lições de perseverança da versão televisiva do passado oralizado aplicadas às novas gerações de ouvintes/espectadores.

4.7 A MICROSSÉRIE COMO PUBLICIDADE TELEVISIVA

O reconhecimento de *Hoje é dia de Maria* como propaganda das poéticas e da cultura oral tradicional não deve encobrir outra relevante condição do produto, intrinsecamente ligada à primeira, a de ser a microssérie uma peça publicitária institucional da emissora de TV que a produziu, a Rede Globo.

Tratar-se-ia não exatamente da publicidade em sentido convencional, de clara exposição mercadológica, mas como um dispositivo ficcional articulado como um sistema de ativos, isto é, de elos positivos que uma organização

trava com seu público (SANTOS, 2005, p. 131). Nesse caso, há o emprego da capacidade suasória do meio de comunicação de modo indireto, a partir de marcas qualitativas voltadas para o posicionamento da emissora responsável frente à concorrência, como acreditam Valério Brittos e Denis Simões (2009).

Pelo menos quatro elementos indispensáveis às mais eficazes estratégias publicitárias estão presentes na microssérie e são transferíveis do produto para a Rede Globo: valor, raridade, inimitabilidade e organização, assim definidas:

O *valor* engloba todos os ganhos que a estratégia trará para a empresa e para os seus clientes. A *raridade* significa que quase nenhum outro concorrente possui esses mesmos recursos e capacidades. A *inimitabilidade* é o grau de dificuldade para um concorrente que não tem os mesmos recursos e capacidades de adquiri-los no curto prazo. Por fim, a *organização* é a competência da empresa em colocar em prática um planejamento, explorando os seus recursos e capacidades superiores (SANTOS, 2005, p. 131, grifo meu).

O grau de dificuldade na produção da série, o nível de *expertise* dos realizadores, o *know-how* técnico das equipes, o volume de pesquisa necessária ao roteiro e a meticulosidade na pós-produção compõem um quadro geral de vantagem competitiva que distancia *Hoje é dia de Maria* de seus possíveis concorrentes, consolidando a Globo no papel de empresa hegemônica em se tratando de comunicação tecnoestética no país. Mais do que isso, como publicidade da emissora, o programa deve funcionar como uma tática de evidênciação incontestável dos padrões de qualidade institucionais. Uma rubrica de excelência que pode até não cair no gosto de todo espectador, mas que deve ser tecnicamente reconhecida como tal, ressaltam Brittos e Simões (2009, p. 11).

Outras iniciativas audiovisuais de Luiz Fernando Carvalho também são reconhecidas em seus aspectos publicitários, como ocorreu com uma microssérie “irmã” de *Hoje é dia de Maria*, *Capitu*, de 2008. Ambas são transcrições fora dos princípios convencionais da “fidelidade” absoluta às fontes de inspiração e sofrem influência interartes, com fortes vínculos entre teledramaturgia e teatro. Também pode-se dizer que nos dois casos os números de audiência foram importantes, mas não fatores absolutos para a realização dos programas, por haver forte motivação institucional em suas veiculações.

A Globo tem consciência que não é suficiente estar isolada no posto de líder, mas necessita que seu público também a veja assim (...) 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 (BRITTOS; SIMÕES, 2009, p.10).

Há pelo menos uma década o investimento qualitativo nas produções seriadas faz parte de um projeto mercadológico de grande porte na emissora, evidente não só nas obras dirigidas por Carvalho, mas também em programas como *Cidade dos homens*, parceria entre a Globo e a prestigiada produtora cinematográfica O2; em *thrillers* policiais a exemplo de *O canto da sereia* (2013) e *A teia* (2014); ou dramas de fundo trágico aos moldes de *Amores Roubados* (2014), que, assim como *Hoje é dia de Maria*, funcionam como palco de experimentações para os diretores e testes de aceitação de novos recursos junto ao público. Trata-se de uma tendência em expansão que Brittos e Simões (2009, p. 13) acreditam ser uma nova faceta do chamado Padrão Globo de Qualidade, não mais sob a tutela das telenovelas, mas em franco diálogo com as alternativas audiovisuais viabilizadas pelas novas tecnologias, constituindo um portfólio de produtos VIP da casa.

Todas seriam peças publicitárias à parte, distantes da rotina diária mantenedora da grande audiência, fazendo as vezes de vitrines do potencial tecnoestético da empresa. Sua existência é congênere com os sofisticados anúncios em preto e branco, de duração superior à média, exibidos em festivais de prestígio no meio publicitário. Eles retratam o produto, porém, mais do que isso, ratificam a capacidade técnica e imaginativa das equipes de criação das melhores agências do ramo.

Ao agregar valor à imagem da emissora, *Hoje é dia de Maria* e algumas outras produções seriadas de curta duração – bem poucas, vale destacar – ganham versões digitais para consumo doméstico e acessórios que retroalimentam o interesse nos programas. Os DVDs, catálogos de desenhos, livros de fotos, exposições, roteiros publicados e demais suplementos do programa atribuem à

microsérie (e conseqüentemente a seu conteúdo, os contos populares tradicionais) o caráter de *bens culturais colecionáveis*, comum nos produtos que se tornam *cult*. Ocorre com o programa um fenômeno similar ao que se registrou no híbrido entre propaganda/publicidade/entretenimento *The Hire*, da BMW (Fábrica de Motores da Baviera).

Entre 2001 e 2002, a fábrica alemã lançou uma série audiovisual de oito curtas-metragens, estrelada pelo astro *hollywoodiano* Clive Owen, com participações especiais de nomes consagrados do *show business* internacional. Entre os diretores convidados estavam Ang Lee, Wong Kar-Wai e Guy Ritchie. O sucesso da propaganda/publicidade filmica repercutiu em longo prazo:

À época, precedente a fenômenos de distribuição e visualização de material audiovisual pela internet, como o *YouTube*, cerca de 100 milhões de *downloads* da série de filmes da BMW foram feitos no mundo todo. O êxito persistiu por alguns anos, na forma de efeito viral. Dados da própria BMW apontaram um crescimento de 12% nas vendas das marcas nos Estados Unidos após a campanha, inteiramente deflagrada e disseminada pela *web* (...) Em junho de 2003, os filmes da BMW foram incluídos na coleção permanente do *Museum of Modern Art* de Nova York. Tornaram-se arte (COVALESKI, 2010b, p. 36-37).

Mesmo que em escala mais modesta, o colecionismo em torno de *Hoje é dia de Maria* também inspirou uma linha de subprodutos e a atenção da crítica especializada. Sua condição de objeto de desejo teve ainda o efeito de valorização institucional das marcas anunciantes, que investiram no programa para fins de visibilidade junto a um público diferenciado, almejando à publicidade organizacional indireta. Elas apostaram na qualidade do conteúdo editorial e no valor afetivo das poéticas orais tradicionais e da cultura oral como índices de brasilidade.

Em um contexto mais amplo que o mercado brasileiro, *Hoje é dia de Maria* como publicidade da emissora e como propaganda das poéticas e da cultura oral tradicional também permite pensar no impacto que os seriados brasílicos podem alcançar no exterior, sobretudo aqueles que abordam tão visceralmente as manifestações “típicas”:

Embora pontuando os focos de cultura nacional, o espetáculo televisivo construído pela emissora carioca não abdica de seu potencial mercadológico. A surrealidade de sua estrutura é linguagem universal para ser introjetada nos mais distintos meios sociais, seja latino-americanos ou globais. A própria estruturação da narrativa condensa um misto de elementos ficcionais da literatura universal (BRITTOS, SIMÕES, 2007, p. 103).

Acredito que o aspecto propagandista da microssérie também favoreça sua veiculação fora do país, haja vista o caráter pedagógico que toda propaganda comporta.

Nesse ponto da reflexão sobre a possível internacionalização do programa, chega-se a uma observação que me parece fulcral sobre *Hoje é dia de Maria*. A despeito de abordar os contos populares tradicionais por vieses folcloristas, propondo durante a maior parte dos episódios uma estabilidade imobilizante dos contos populares, os aspectos vitrinistas da atração – estratégias de publicidade e propaganda – promovem o efeito inverso. Enquanto o discurso da microssérie sugere o isolamento das narrativas e personagens do mundo contemporâneo, seu próprio formato midiático (re)insere-os na roda vida da circulação massiva.

Mesmo aparentemente salvaguardando a cultura popular dos apelos de consumo, em função de sua destinação mercadológica, *Hoje é dia de Maria* mantêm as poéticas orais, a cultura oral e popular no epicentro das atenções do público consumidor em esfera mundial, dos concorrentes da emissora que a produziu, dos anunciantes que apostaram no projeto e do mercado externo que a reconheceu⁹⁸.

Pensando por esse prisma, talvez poucas vezes o embate entre a pseudonecessidade preservacionista da cultura popular e o ritmo alucinante de transformações e tendências da indústria comunicacional tenham estado em contato tão íntimo e efervescente quanto na microssérie de Luiz Fernando Carvalho.

⁹⁸ Por meio de indicações ao Emmy Internacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se a obra shakespeariana fosse objeto de uma releitura aos moldes do que se sucede com os textos poéticos e a cultura oral tradicional em *Hoje é dia de Maria*, ela seria convertida em um produto teledramatúrgico ficcional de longa duração, com a constituição do todo a partir da seleção de fragmentos de suas manifestações particulares. Não haveria a reencenação na íntegra de *Romeu e Julieta*, *Mcbeath* ou *Hamlet*, mas alusões à rivalidade sangrenta entre Montecchios e Capuletos, evocações ao regicídio dinamarquês ou até referências metatextuais à “maldição” da história. A protagonista seria uma mescla de Desdêmona, Miranda e Hipólita, enquanto o herói teria um quê de Petróquio, outro tanto de Próspero e feições de Otelo. Os muitos lugares delineados pela pena do dramaturgo, como a Escócia, a Itália (ainda não como país unificado) e o Egito converter-se-iam em citações espirituosas, enquanto o verdadeiro cenário da trama muito provavelmente apresentaria ao público a Inglaterra elisabetana, marcada pela exuberância de um teatro que atraía nobres e plebeus, pródiga no diálogo intergêneros e em constante flerte com indagações filosóficas e humanistas. A revisitação à obra shakespeariana necessariamente passaria pela forte influência das narrativas orais na constituição dos roteiros e, sobretudo, revelaria os motivos da revalorização do autor a partir do século XIX, assim como o porquê de seu posicionamento hodierno no ápice do panteão literário ocidental. Isso sem mencionar possíveis referências às adaptações literárias e audiovisuais de suas peças ao longo do tempo. Em outras palavras, seria uma releitura que ajudasse a compreender e situar Shakespeare junto ao público contemporâneo, descortinando as razões de sua longevidade e impacto no cenário cultural mundial.

Nessa situação hipotética, a rede de equivalências usualmente empregada em processos adaptativos – correspondências que Linda Hutcheon (2011, p. 32) lista como equiparações de temas, eventos, personagens, motivações, pontos de vista, consequências, símbolos e imagens – dá lugar a um tipo de propaganda da produção shakespeariana, considerando o emprego do termo “propaganda” a partir da definição de Hertz Wendel de Camargo (2013, p. 50): uma *porta de acesso* à compreensão e à interpretação de textos e sistemas culturais.

Ao contrário do exemplo supracitado, *Hoje é dia de Maria* não é uma conjectura distante, mera ilustração para elucidar um conceito, e sim um produto a

efetivar a lógica da propaganda para além do mero anúncio e que, em meio ao fluxo abissal de ideias e artefatos à disposição do público atual, oferece um mapa que situa e categoriza a cultura oral tradicional e os espectadores nela interessados, de modo a balizar processos de apropriação. Como afirma Everardo Rocha (1990, p. 108), ao identificar e “climatizar” produtos, os discursos persuasivos midiáticos os diferenciam e trazem-nos para o mundo do indivíduo comum. Assim como os críticos e as releituras midiáticas posteriores popularizaram Shakespeare como grande conhecedor dos meandros tragicômicos ou soberbos da alma humana (ideia aceita até mesmo por quem jamais o leu), *Hoje é dia de Maria* também delimita um “lugar” para as manifestações poéticas populares, classificando-as entre referenciais eruditos consagrados e, por consequência, posicionando o leitor-modelo em um patamar de consumo privilegiado. Um processo valorativo que abarca múltiplas estratégias: a adoção de princípios tecnoestéticos, o diálogo interartes, a identificação de bens “cult”, a presença do maravilhoso, o emprego dos parâmetros do *road movie*, a evocação dos etnotextos, o endosso testemunhal dos agentes da cultura popular, a intertextualidade explícita, a abordagem dos ritos de passagem, a inclusão das minorias nos discursos comunicacionais, a estratégia de reforço, dentre várias outras táticas de categorização e difusão tratadas ao longo da pesquisa.

Nesse momento final, no entanto, mais do que inventariar os caminhos analíticos percorridos, eu gostaria de destacar uma faceta bastante específica de *Hoje é dia de Maria*, que diz respeito à propaganda incorporada a formatos ficcionais midiáticos e que pode ser útil na compreensão global do programa e também da Tese.

Na tentativa de sintetizar e ficcionalmente abordar as áreas de vigência dos textos poéticos e da cultura oral tradicional, a atração televisiva gera macrossentidos reconhecíveis em torno dos contos, decorrentes do contato entre as histórias encenadas e os referenciais canônicos que as embalam (trilha sonora erudita, cenário modernista, intertextos clássicos, etc.), um conjunto interpretativo que se pode resumir em tópicos: a) a beleza da produção popular, b) a simplicidade apenas aparente das formas, c) a ética fortemente arraigada, d) o maniqueísmo evidente, e) a criatividade e engenhosidade populares, f) a perseverança dos indivíduos, g) a força de superação frente às adversidades e h) a mundividência essencialmente poética. Esse é um mapeamento amplo das leituras possíveis a partir da fruição dos episódios da microssérie.

No entanto, que se note a peculiaridade: fora desse âmbito geral, dificilmente o público poderá afirmar com exatidão que a cultura popular oral tradicional se resume a quatro ou cinco enredos específicos levados à cena. A despeito de um ou outro nome se destacar ao longo dos episódios, como o da Borracheira, o programa promove o embaralhamento proposital de narrativas, a tal ponto que o todo fabular se sobressai às partes. Ao fim de cada episódio, é árdua a tarefa de reproduzir ou sintetizar as ações de Maria e seus companheiros, capturados pela atmosfera onírica totalizante. A despeito de a análise realizada na Tese ter separado as sequências principais por temas (por questões didáticas), prevalece uma ideia de interpenetração dos encontros entre Maria e os demais personagens ao longo da estrada, o que permite que as ideias em torno das poéticas e da cultura oral não se restrinjam aos eventos exibidos nas cenas veiculadas, mas transcenda-os.

A imprecisão de início e fim de cada história é construída por uma série de mecanismos de continuidade audiovisual. Apesar da trouxinha quase onipresente, as trocas de figurino de Maria são irrelevantes. Não se sabe se os encontros entre a protagonista e os desconhecidos se dão em dias, semanas ou meses. Não há como saber por quantos anos o Pai deambulou em busca da filha ou o tempo de congelamento do Pássaro. Quanto ao espaço, há o agreste, mas mesmo esse é um território sujeito a dúvidas. Para Myriam Nogueira (2009, p. 45), adentra-se a microssérie por vias similares ao universo de Guimarães Rosa, onde o sertão “está em toda parte”, e entre o solo rachado de falta de chuva e os campos cobertos de neve, a diferença é quase nula:

Sobre esse espaço ficcional, Le Goff (1983, p. 43), em capítulo intitulado “O deserto-floresta no ocidente medieval”, descreve como o deserto apresenta-se como “o lugar do maravilhoso por excelência. O deserto oscila entre uma concepção de prova e de libertação. Há o deserto-asilo, refúgio dos que para lá se retiram junto com os animais”. Há outros tipos de desertos, como o encontrado no próprio mar, que é o objetivo final de Maria. Há também, em *Hoje é Dia de Maria*, o deserto-floresta, onde os amantes se refugiam, o qual reconhecemos também nos encontros entre Maria e o Amado. Outro tipo de deserto é o gelado” (NOGUEIRA, 2009, p. 44-45).

A microssérie rompe com as convenções televisivas que delimitam com nitidez as coordenadas espaciotemporais das tramas, de maneira que não se sai do âmbito do “era uma vez”, primordial e longínquo, era das questões

atemporais. Instala-se uma zona e uma estética típica do intervalo e do extraterritorial, afirma Márcio Pizarro (2008, p. 3).

Acredito que tal abolição de fronteiras geotemporais nos conduz a um ponto basilar em se tratando de *Hoje é dia de Maria*, mais precisamente a uma crítica que não foi feita à microssérie pelos vários críticos que a ela se dedicaram. Sobre outras obras, é recorrente a acusação de que os meios audiovisuais são extremamente perniciosos ao público na transcrição de narrativas do universo oral para o midiático. Os recursos de ilustração tirariam do espectador o papel ativo na constituição dos personagens, substituindo a inventividade subjetiva por “uma estética que privilegia os catálogos de imagens, em demérito da reflexão” (CORSO; CORSO, 2006, p. 276). Uma iconofobia que teria uma grande e inequívoca vilã:

Nem é preciso dizer que, desde sempre, a televisão está sob alta suspeita, ela encarnaria o produto final da corrupção das histórias, criaria uma geração indolente que não precisaria ler nem imaginar, pois receberia tudo pronto (CORSO; CORSO, 2006, p. 167).

Este é o consenso quase unânime em torno do desenho animado. É corriqueira, de certo modo até previsível, a opinião geral de que Walt Disney tenha desestimulado a imaginação do público ao cristalizar Branca de Neve em trajes azuis e amarelos, com uma fita vermelha sobre os cabelos. Ou tornar a Cinderela necessariamente uma personagem esbelta e loira. *Hoje é dia de Maria*, por outro lado, não suscitou reprimendas quanto às limitações impostas ao espectador na passagem do oral ou escrito para o âmbito teledramatúrgico, pelo contrário. “A indiscutível exuberância audiovisual da microssérie provocou artigos laudatórios mesmo na crítica acadêmica”, observa Pucci Jr (2010, p. 12). Acredito que a indefinição espaciotemporal tenha contribuído para que o fabular superasse a delimitação nítida e categórica de personagens e lugares, tão peculiar aos meios audiovisuais. Uma imprecisão potencializada pelo aspecto pictórico das cenas exibidas.

Maria, seus amigos e adversários pouco se destacam do cenário de fundo, pintura fluída que funde tons crepusculares ao horizonte terroso do estúdio. No não-lugar e não-tempo, tudo se dilui em uma composição que às vezes confunde homem, céu e chão, como na sequência dos Retirantes. Quando os personagens parcialmente se dissolvem no entorno, o produto toma a direção oposta à da

cristalização das figuras da Disney; *Hoje é dia de Maria* torna-se uma das faces visíveis da experiência midiaticizada sobre a oralidade, mas uma *visibilidade evanescente*, sutilmente espectral⁹⁹.

Devo ressaltar, no entanto, que essa é uma leitura relacional, necessariamente fruto da comparação da microssérie com outras iniciativas transcriativas e não uma interpretação imanente, posto que os modos de apropriação imagéticos são decorrentes do repertório individual e coletivo acumulado em um dado momento histórico. Linda Hutcheon (2011, p. 46) frisa que quando o público assiste a uma releitura de *Drácula*, não o compara exclusivamente com o livro de Bram Stoker, mas com toda rede transcriativa intertextual que o cinema e a televisão legaram ao receptor. A cada nova adaptação o indivíduo aciona *chaves de leitura visual* adequadas ao entendimento e à comparação das mensagens pictóricas, fotográficas e em movimento. Um processo de formação cultural amplo e complexo:

O olhar não é uma operação simples, é preciso certa educação dos sentidos, uma familiarização com certos códigos para entender qualquer imagem. Ela precisa fazer parte de uma lógica, articulada com certo contexto, senão não compreendemos o que vemos. Uma imagem carrega uma mensagem codificada (CORSO; CORSO, 2006, p. 167).

Hoje é dia de Maria, portanto, afirma-se pelo que exhibe e também por comparação a seus pares, produtos transcriativos de natureza similar. Os outros atuam no sentido de definir a figura sobre o fundo; a microssérie confunde-os.

Acredito que essa quase fusão entre personagens, objetos e cenários funciona menos para fins de transcrição e mais como artifício de difusão propagandista. Afinal, que histórias orais correspondem a tal “diluição” da imagem? Na verdade, todas e nenhuma. Elementos visuais que se dissolvem na totalidade da tela não fazem menção a uma trama em particular, mas às *concepções do leitor-modelo em torno das poéticas e da cultura orais*, em que as cenas têm certa nebulosidade e evanescência fabular. E talvez essa seja a forma mais contundente de propaganda do contexto de produção, circulação e consumo de narrativas poéticas oralizadas que se possa criar midiaticamente. O oral sob o prisma televisivo revela-se naquilo que a imagem veiculada levemente pincela, sem jamais capturar

⁹⁹ Mas nem por isso menos prescritiva no que tange à exaltação da ética etnotextual.

de todo. Uma tentativa de “tradução” teledramatúrgica da produção textual popular e oral que foge ao círculo restrito do essencialismo e viaja em direção ao inefável.

Essa espécie de diluição das particularidades das sequências e dos personagens no todo da microssérie me parece útil também para pensar nas relações entre a atração e a memória. Não exatamente a soma de lembranças do espectador sobre as narrativas orais tradicionais, mas a memória que o programa propõe acerca dos textos populares.

Longe de ser um pilar inabalável de verdades incontestas, a memória constitui-se um espaço de réplicas, repercussões, desdobramentos e contradiscursos, que José Horta Nunes acredita ser passível de uma série de questionamentos:

Como a memória se institui, é regulada, provada, conservada, ou é rompida, deslocada, restabelecida? De que modos os acontecimentos – históricos, mediáticos, culturais – são inscritos ou não na memória, como eles são absorvidos por ela ou produzem nela uma ruptura? (NUNES, 2010, p. 7)

O terreno movediço e transitório das lembranças é disputado por forças diversas que tentam se impor de maneira hegemônica, incluindo os meios tecnológicos, que, na opinião de Jean Davallon (2010, p. 23), oferecem uma importante operadora da memória – a imagem. Em uma fala de Luiz Fernando Carvalho, citada ainda no início da Tese, o diretor defende a mídia televisiva como uma plataforma segura de salvaguarda e reprodução da memória: “pensei na televisão que, com sua abrangência, seria a *única* capaz de devolver ao povo suas fábulas encenadas” (CARVALHO *apud* SANTOS, 2005, p.1, grifo meu), como se as narrativas mantivessem intactas suas características na passagem do meio oral para o midiático.

No entanto, o máximo que atrações televisivas podem oferecer ao público são versões inspiradas nas poéticas e na cultura oral, derivados transcriativos dos textos-fonte produzidos sob o domínio técnico e criativo de poucos realizadores, estruturados a partir de balizas comerciais e voltados ao consumo. No caso de *Hoje é dia de Maria*, o exemplo maior de constituição dessa “memória controlada” é o próprio domo, infraestrutura cênica que condiciona a narrativa a um feitiço preestabelecido.

Também sobre o conjunto de lembranças socialmente compartilhadas, a microssérie subverte o sentido de funcionalidade mnemônica, antes voltada ao amálgama de grupos sociais, para fins propagandísticos televisivos. Explico. Segundo Zumthor (1997, p. 17), a memória coletiva se mantém pela dinâmica entre reminiscência, hábito e esquecimento, sendo *seleção* a palavra de ordem nos processos mnemônicos, em instâncias de triagem, redistribuição, deslocamento, mascaramento e negação de costumes e narrativas, mesmo que, aparentemente, os traços memoriais sejam “recebidos como uma figura de eternidade segura” (ZUMTHOR, 1997, p. 23).

Os hiatos e lacunas gerados pelo esquecimento grupal são pouco acidentais, acredita o autor, que os descortina como ocasiões propícias para a eclosão de episódios criadores, improvisos e reinvenções performáticas. Possíveis “lapsos” seriam apagamentos ou substituições articuladas sob o signo da funcionalidade: conserva-se apenas o que permanece frutífero.

A comunidade adere memorialmente a formas de pensamento, de sensibilidade, de ação e de discurso graças às quais ela “funciona”, não somente porque ela os tem à sua disposição, mas por causa dos valores de que elas são carregadas (ZUMTHOR, 1997, p. 15).

Jean Davallon ratifica a ideia, explicando que uma sociedade “só retém do passado o que ainda é vivo ou capaz de viver na consciência do grupo que o mantém. Por definição, ela não ultrapassa o limite do grupo” (DAVALLON, 2010, p. 25).

Sob esse aspecto, *Hoje é dia de Maria* se aproxima da constituição da memória coletiva, na medida em que também efetua o apagamento das matérias-primas que não mais convêm ao leitor-modelo simultaneamente à “captura” dos fragmentos significantes ou úteis das narrativas orais tradicionais, dinamizando-os. Contudo, o que é um processo socialmente construído fora das telas se transforma em uma iniciativa implementada por um número exíguo de realizadores. O quesito “utilidade” passa a servir não à regulação de uma comunidade interpretativa, mas a um público-alvo consumidor e a demandas da produção massiva. E, principalmente, a microssérie apresenta como autóctones narrativas midiaticamente transformadas, sugerindo uma fruição “autêntica” dos contos populares, quando, na verdade, o máximo que pode almejar é tornar-se uma celebração memorial, tanto respeitosa

quanto inventiva, já que é impossível haver memória sem imaginário (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 29).

Na exaltação das reminiscências orais populares, *Hoje é dia de Maria* mobiliza propagandisticamente histórias, personagens e situações que sempre estiveram presentes no universo afetivo do espectador e que agora passam por uma validação bastante similar a que Sandro Dias (2014, p.2) descreve como a transição da comida “típica” para a categoria de “*gourmet*”. O autor elenca pratos e bebidas que desde sua origem primaram pelo esmero na preparação, pela excelência dos ingredientes e pela forte identificação com a cultura brasileira, porém que só ganham o devido reconhecimento após serem agraciados com selos de distinção, a exemplo da cachaça tradicional, requalificada como *premium*. A nova visibilidade tanto tem um lado questionável, devido à artificialidade do processo de legitimação, quanto uma porção meritória, na medida em que destaca o trabalho silencioso do homem do campo, promove a sustentabilidade econômica, preserva sabores e defende biodiversidades (DIAS, 2014, p. 3). Ao gerenciar a cultura oral sob a perspectiva midiática, *Hoje é dia de Maria* positiva a ação dos agentes populares por meio da transcrição narrativa dos seus textos, com consequente reposicionamento social dos sujeitos. O programa incrementa o capital cultural das manifestações populares tradicionais por intermédio de táticas propagandísticas, um esforço tecnoestético condizente com o palco social das primeiras décadas do século XXI, quando se discute não o que precisa de “resgate” urgente da massificação acachapante, mas o que se apresenta como foco de pertinácia e reinvenção. Em mais de um sentido, a microssérie corresponde ao que Pelen (2001, p. 71) indaga sobre a poesia oral: que instituições de produção e de reprodução do sentimento de comunidade persistem, segundo qual dinâmica operam e por quê? Onde estão seus pólos de resistência?

Autores ligados aos Estudos Culturais tentam respondê-lo. “Há componentes residuais do popular em muitas, *senão em todas*, as manifestações culturais urbanas”, instiga Martín-Barbero (2009, p. 312, grifo meu), referindo-se a uma ampla gama de manifestações hodiernas, exuberantes e em franca expansão de sua esfera de influência, como o *hip hop*, os festivais multiperformativos e os plataformas político-digitais de conagraçamento entre voz, texto, imagem, movimento e interatividade. Em todos, a cultura popular tradicional e a oralidade vicejam, desconstruindo a falácia da linearidade nas formas de apropriação cultural: a inovação dialoga, incorpora e transforma o que a precede, sem extinguir recursos

artísticos anteriores. Portanto, embora ocasionalmente seja decretada a morte iminente da cultura popular oral tradicional e seus frutos poéticos, ela também parece ciclicamente renascer das cinzas, revigorada:

Isso indica, sem dúvida, que o verdadeiro problema não é tanto datar seu desaparecimento, supostamente irremediável, e sim considerar, em cada época, como se elaboram as relações complexas entre formas impostas, mais ou menos constrangedoras e imperativas, e identidades afirmadas, mais ou menos desenvolvidas e reprimidas (CHARTIER, 995, p. 181).

Em uma sociedade como a atual, altamente midiaticizada, urbana, letrada, teoricamente regida pela racionalidade científica, passível de grande mobilidade geográfica e sob o signo de uma aceleração temporal sem precedentes, a cultura popular oral e tradicional resiste exatamente em cada uma dessas esferas – na mídia, na urbe, na literatura, na racionalidade, na errância e na vivência temporal. Mais atentamente, nas artes, na teledramaturgia, nas adaptações. Em *Hoje é dia de Maria*.

Claro, não do mesmo modo como se verifica nas comunidades interpretativas isoladas e tradicionais. Fora delas, fala-se da releitura de *matrizes culturais*, definidas por Martín-Barbero (2009, p. 29-30) como o conjunto de elementos narrativos, iconográficos e simbólicos que foge à classificação de “arcaico”, sendo melhor definido pelo termo *residual*, posto que a expressão pressupõe a ideia de passado primordial (re)vivenciado no presente.

Na microssérie, as referências matriciais correspondem às trajetórias de iniciação e aos ritos de passagem de Maria, à reencenação de narrativas coletivamente partilhadas, à corporificação de personagens pertencentes ao anedotário popular, bem como a seleção e uso de símbolos secularmente consagrados. Uma matéria-prima residual materializada por mecanismos midiáticos contemporâneos: a serialidade ficcional, os recursos tecnopoéticos disponíveis, a estrutura comercial televisiva e os imperativos mercadológicos do meio. *Hoje é dia de Maria* não foge às imposições mercantis de produção, mais que isso, o programa as emprega a serviço das matrizes, para fins de “ressacralização” e “reencantamento do mundo”, termos de Martín-Barbero (2009, p. 20). Uma operação intrincada e, por que não dizer, contraditória, que certamente revela indícios importantes sobre o momento histórico-político de sua realização.

A atração televisiva está mergulhada em ambiguidades. De um lado, vê-se o que ela difunde, as concepções de mundo orais e tradicionais, caracterizadas pelos laços não capitalistas, pela ambientação pré-industrial, subordinadas à praticidade ou inspiradas no prazer que seus produtos geram. De outro, residem seus alicerces teledramatúrgicos, as peculiaridades dos modelos massivos e os expedientes comerciais obrigatórios à grade de programação. *Hoje é dia de Maria* se funda nas ambivalências de seu próprio contexto de produção e consumo, no embate do homem contemporâneo entre o consumo efêmero e a valorização das práticas comunitárias afetivas.

De certa forma, também o estudo acadêmico que ora se desenrola em torno do programa tem sua dose de ambiguidade, nos momentos em que abandona uma única linha interpretativa e assume a possibilidade de múltiplas leituras das sequências em análise. Não aponto uma única interpretação possível para fragmentos como os da Cinderela, do encontro com os Índios ou sobre o sentido das franjas do mar. Trata-se de uma abordagem que Martín-Barbero (2009, p. 31) chama de transversal, por rejeitar a ideia de *concepção* fixa para compreender os elementos narrativos em termos de *posição*, necessariamente circunstanciais e intercambiáveis. Tomando de empréstimo as palavras de Pedro Cesarino (2011, p. 16), “a reflexão aqui desenvolvida não é uma explicação ou teorização finais, mas um exercício multifacetado e por natureza aberto e inconcluso”. Todo registro escrito de uma pesquisa é uma fotografia, ele capta e eterniza um instante preciso na longa e complexa malha da história do analista e dos sujeitos pesquisados. Tirado o retrato, a paisagem já é diferente. Se produzida daqui a alguns anos, a Tese e as leituras sobre a microssérie com certeza seriam diversas da atual.

No momento presente, ao término do doutoramento em Estudos Literários, compreendo *Hoje é dia de Maria* como uma versão midiática particular das poéticas e da cultura oral tradicionais, essencialmente híbrida, intertextual, transcriativa e propagandística. Uma obra em que os textos-fonte são examinados como “revisitações deliberadas, anunciadas e extensivas” (HUTCHEON, 2011, p. 14), porém que retratam personagens exógenos ao perfil do público-alvo, o que exige modificações obrigatórias para atender às demandas do leitor-modelo contemporâneo. Aqui, *horizonte de expectativas* e *adequação* são as palavras-chave do produto.

Mais que uma adaptação típica, *Hoje é dia de Maria* é um roteiro de leitura a guiar o público entre conceitos de brasilidade, poesia popular, moral edificante e religiosidade cristã. Um tipo de propaganda de um contexto plural e complexo, materializada num formato ficcional que oferece pequenas mostras ao espectador, dialogando com os textos e a cultura oral tradicional sem conceituá-la em definitivo, como um *trailer*, instrumento persuasivo que sintetiza um filme sem esgotá-lo.

Ao longo de seus oito episódios, a microssérie releva-se como fragmento de uma ampla rede cultural matricial, mas também como parte inerente do sistema midiático que a concebe e veicula. Portanto, *Hoje é dia de Maria* reabre a antiga ferida sobre as relações entre estética e consumo, porém agora inspirando análises que contemplem as dimensões mercadológicas do produto sem demonizá-las, a partir da compreensão de que

uma experiência de mercado pode renovar o desgaste narrativo, mesclando a tradição da cultura popular, oral em primeira instância, com referências da alta cultura e com imagística da visualidade eletrônica (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p. 17).

Para Denise Guimarães, ampliar o horizonte investigativo, observando os objetos culturais em sua complexidade, ajuda a desvendar como as novas tecnologias podem (se possível, devem) ajudar na formulação de obras artísticas capitais à compreensão da cultura contemporânea (GUIMARÃES, 2007, p. 14). Penso que *Hoje é dia de Maria* se enquadra nesse rol restrito, agregando narrativas etnotextuais, transcrição e mediações tecnoestéticas para descortinar o agora, os homens e as mulheres de hoje. Os tempos antigos são sua matéria-prima e ponto de partida; sua linha de chegada é a compreensão contemporânea da infância e do senso comunitário. Na microssérie, o passado é o mote, o presente é a perspectiva operante. Articulações que, em último caso, transformam a viagem da protagonista na própria travessia do oral para o teledramatúrgico, em uma *errância entre linguagens*.

Partidas. Estradas. Encontros. Atalhos. Surpresas. Desenganos. Injustiças. Crueldades. Afabilidades. Pactos. Redenções. Amores. Ciúmes. Separações. Cantigas. Danças. *Performances*. Mortes. Retornos. Perdões. Descaminhos. Tesouros. Passados. Utopias. Futuros. Memória. Voz.

Se esse é um resumo possível do programa, então acho que ele cumpriu a parte que lhe cabe no imenso latifúndio narrativo que a geração atual herdou e fez crescer, destinada agora aos que virão.

Ao cabo do caminho de Maria, a imagem de faz-de-conta dá lugar às cenas “reais” do mar sob a aurora; o oral fabular desagua no televisivo, em seu naturalismo ofuscante, como se fosse um fim. Mas não é. Nunca é. As meninas Marias encantadas renascem a cada nova geração.

Fora dos livros, dos DVDs da microssérie e da Tese, tive o privilégio de cruzar com uma delas na minha travessia pessoal, durante as filmagens do documentário *Voz: poesia arfante*. Jamais soube seu nome de batismo, mas a reconheci *incontinenti* pelo penteado singelo, a saia rodada e o olhar completamente embevecido diante do contador de histórias a sua frente. Somente os lacinhos eram azuis em vez de vermelhos. Mas era ela, Maria, que mais vez, generosamente, emprestava seu semblante gentil à câmera curiosa. Por ter se deixado fascinar sem reservas, por embarcar em mais uma aventura de princesas e demônios, por me lembrar que as Marias não morrem ao fim da história, nem dos programas, nem das Teses, meus sinceros agradecimentos. Você me salvou de só acreditar na ficção. Obrigada, criança

Figura 97 – Outra Maria



Fotograma do documentário *Voz: poesia arfante*

REFERÊNCIAS

- AIRÈS, Philippe. **História social da criança e da família**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.
- ALMEIDA, Milton José de. **Imagens e Sons: a nova cultura oral**. São Paulo: Cortez, 1994.
- ALVES, Cláudia Fernandes Tolentino; CERCEAU, Janaína da Silva Berto; GAMA, Ana Cristina Côrtes. Análise acústica da voz de mulheres idosas. **Revista Cefac Speech, Language, Hearing Sciences and Education Journal**, vol. 11, jan-mar 2009.
- ANDRADE, Mário de. **As melodias do boi e outras peças**. São Paulo: Instituto Nacional do Livro, 1987.
- ARAÚJO, Denise Correa. Imagens híbridas em Bem X: A Fase Final. In: ARAÚJO, D.C; BARBOSA, Marialva Carlos (org). **Imagíbrida: comunicação, imagem e hibridação**. Porto Alegre: Plus, 2008.
- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. São Paulo, Hucitec, 1999.
- BALOGH, Anna Maria. **Conjunções – disjunções – transmutações: da literatura ao cinema e à TV**. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2005.
- _____. **O discurso ficcional na TV: sedução e sonhos em doses homeopáticas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.
- BAMBA, Mahomed. O filme *cult*: seus modos de recepção e seus públicos. In: CÂNEPA, Laura; MÜLLER, Adalberto; SILVA, Marcel; SOUZA, Gustavo. **Estudos de Cinema e Audiovisual Socine**, v.1. São Paulo: Socine, 2011.
- BANDEIRA, Manuel. **Poesia completa e prosa**. Rio de Janeiro, Nova Aguilar, 1993.
- BATISTA, Leandro Leonardo; LEITE, Francisco. A persuasão, os estereótipos e os impactos da propaganda contraintuitiva. **Revista Contemporânea**, v. 7, n.1, jun 2009.
- _____. A publicidade contra-intuitiva e o efeito ricochete. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 15, jun. 2008.
- BATISTA, Raimunda de Brito. FERREIRA, Amanda Crispim. A representação do demônio na literatura popular. In: I Seminário Brasileiro de Poéticas Orais. **Anais...** Londrina, Universidade Estadual de Londrina, 20-22 out. 2010.
- BENJAMIN, Walter. A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica. In: _____. **Magia e Técnica, Arte e Política. Ensaios Sobre Literatura e História da Cultura**. Obras Escolhidas, v. 1. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BENTES; Anna Christina; FERNANDES, Frederico Augusto Garcia. A poesia oral nas bordas do mundo: identidades em movimento nos videocliques brasileiros de rap. In: FERNANDES, Frederico Augusto Garcia; LEITE, Eudes Fernando. **Oralidade e Literatura 3: outras veredas da voz**. Londrina: EDUEL, 2007.

BETTELHEIM, Bruno. **A psicanálise dos contos de fadas**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

BIDERMAN, Maria Tereza Camargo. Dimensões da palavra. **Revista Filologia e Linguística Portuguesa**, n. 2, p. 81-118, 1998.

BORGES, Daniel Batista Lima. Narrativas da cultura caipira e audiovisual: possibilidades de registros e estudo das especificidades formais dos causos. **Revista Boitatá**, vol 14, 2012. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/boitata/volume-14-2012/Danielbatistan14.pdf>>. Acesso em 15 dez. 2012.

BOSI, Alfredo. **História concisa da literatura brasileira**. São Paulo: Cultrix, 2006.

_____. **O ser e o tempo da poesia**. 6.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

BOTOSO, Altamir; CONVERSANI, Ângela Aparecida Batista. **Teledramaturgia brasileira: as minisséries**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-teledramaturgia-altamir.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2012.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo, Perspectiva, 2005.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1997.

BRASIL JÚNIOR, Antônio da Silveira, GOMES, Elisa da Silva, OLIVEIRA, Maíra Zenun. Os Maias - a literatura na televisão. **Revista Habitus**, v. 2, n. 1, 2004.

BRESSAN, Renato. Grindhouse: entre o Cult e o B? In: XIII Congresso de Ciências da Comunicação. **Anais...** São Paulo: 7-10 mai. 2008.

BRITTOS, Valério Cruz; SIMÕES, Denis Gerson. Capitu: literatura e sua metamorfose em produto do mercado televisivo. In: X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. **Anais...** Blumenau: 28-30 mai. 2009.

_____. O patrimônio cultural como elemento da produção mercadológica televisiva. **Revista Em Questão**, Porto Alegre, v. 13, n.1, p. 101-124, jan/jun 2007.

CALVINO, Italo. **Seis propostas para o próximo milênio**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994

CAMARGO, Hertz Wendel de. **Mito e filme publicitário: estruturas de significação**. Londrina: Eduel, 2013.

CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

CAMPBELL, Joseph. **Mito e transformação**. São Paulo: Ágora, 2008.

_____. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2007.

_____. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 1996.

CANCLINI, Nestor García. **Consumidores & cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

_____. **Culturas Híbridas**. São Paulo: Edusp, 1997.

CANDIDO, Antonio. Dialética da Malandragem: caracterização das Memórias de um sargento de milícias. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, n. 8, São Paulo, USP, 1970.

CARDWELL, Sarah. **Adaptation revisited: television and the classic novel**. Manchester: Manchester University Press, 2002.

CARRASCOZA, João Anzanello; HOFF, Tania. Publicidade e pós-modernidade. In: II Colóquio Binacional Brasil-México de Ciências da Comunicação. **Anais...** São Paulo: 01-03 abr. 2009.

CASCUDO, Luis da Câmara. **Anúbis e outros ensaios: mitologia e folclore**. Funarte: Rio de Janeiro, 1983.

_____. **Contos tradicionais do Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Tecnoprint, s.d.

_____. **Literatura oral no Brasil**. 3 ed. Belo Horizonte; São Paulo: Ed. Itatiaia; Ed. USP, 1984.

CASTINO, Sônia. O espraiamento da publicidade no poético. In: XIII Encontro Anual da Compós 2004, São Bernardo do Campo. Caderno de Textos, GT Produção de Sentido nas Mídias. **Anais...** Recife: Fundação Antonio dos Santos Abranches/UNICAP, 2004.

CARVALHO, José Roberto de. Prefácio. In: JUSTO, José Sterza. **Vidas errantes: políticas de mobilidade e experiências de tempo-espço**. Londrina: EDUEL, 2012.

CAVALCANTI, Helenilda. O desencontro do ser e do lugar: a migração nordestina para São Paulo. **Revista Rio Total**, n. 267, jul. 2002.

CAVALCANTI, Luciano M. Dias. **Música Popular Brasileira e Poesia: a valorização do "pequeno" em Chico Buarque e Manuel Bandeira**. Belém: Paka-Tatu, 2007.

CHARTIER, Roger. Cultura Popular: revisitando um conceito historiográfico. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 8, n.16, 1995.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil: mito fundador e sociedade autoritária**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

CESARINO, Pedro. **Oniska: poética do xamanismo na Amazônia**. São Paulo: Perspectiva /Fapesp, 2011.

CHIAMPI, Irleamar. **O Realismo Maravilhoso**. São Paulo: Perspectiva, 1980.

CORSO, Diana Lichtenstein; CORSO, Mário. **Fadas no divã: psicanálise nas histórias infantis**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

COVALESKI, Rogério. Curtas-metragens para anunciar e entreter: Schweppes Short Film Festival. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Caxias do Sul: 2-6 set 2010a.

_____. **Publicidade Híbrida**. Curitiba: Maxi, 2010b.

CUNHA, Maria Zilda da. No tecer de novos paradigmas: o jogo e o insólito na literatura para crianças e jovens. In: García, Flávio; Michelli, Regina; Pinto, Marcello. **O insólito e a literatura infanto-juvenil**. Rio de Janeiro: Dialogarts, 2011.

DA MATTA, Roberto. **Relativizando: uma introdução à Antropologia Social**. Petrópolis: Vozes, 1981.

_____. Vendendo totens. In: ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

DANCYGER, Ken. **Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

D'ANGELO, André. Endosso de celebridades: fundamentos, resultados e aplicação no mercado brasileiro. In: Assembleia de Conselho Latino-Americano de Escolas de Administração, 37. **Anais...** Porto Alegre, 2002.

DARNTON, Robert. **O grande massacre de gatos e outros episódios da história cultural francesa**. Rio de Janeiro: Global, 1988.

DAVALLON, Jean. Imagem, uma arte da memória? In: ACHARD, Pierre; et al. **Papel da memória**. Campinas: Pontes Editores, 2010.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia, v.1**. São Paulo: Editora 34, 2009.

DIAS, Sandro. **Novas comidas gourmet são uma forma cafona de distinção social**. Publicado em: 4 set. 2014. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/opiniaocoluna/2014/09/04/novas-comidas-gourmet-sao-uma-forma-cafona-de-distincao-social.htm>>. Acesso em: 4 set. 2014.

DINKLA, Söke. The art of narrative: towards the floating work of art. In: RIESER, Martin; ZAPP, Andrea (ed). **New screen media: cinema/art/narrative**. London: British Film Institute, 2002.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens. Para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

_____. *Casablanca* ou o renascimento dos deuses. In: _____. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984a.

_____. **Ensaio sobre literatura**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

_____. **Lector in Fabula**. São Paulo: Perspectiva, 1995.

_____. **Obra Aberta. Forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas**. São Paulo: Perspectiva, 1971.

_____. **Seis passeios pelos bosques da ficção**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

_____. Tevê: A transparência perdida. In: _____. **Viagem na Irrealidade Cotidiana**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1984b.

ELIADE, Mircea. **Mito e realidade**. Coleção Debates - Filosofia, v. 52. São Paulo: Perspectiva, 1972

_____. **O mito do eterno retorno: arquétipos e repetição**. Lisboa: 70, 1969.

_____. **O sagrado e o profano: a essência das religiões**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

ERBOLATO, Mário L. **Dicionário de Propaganda e Jornalismo**. Campinas: Papyrus, 1986.

ESPOCC, Escola Popular de Comunicação Crítica. **O que é publicidade afirmativa?** Disponível em: <<http://www.espocc.org.br/>>. Acesso em: 20 mar. 2014.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Os Estudos Culturais**. Out. 2006. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias>>. Acesso em 11 dez. 2013

FAGUNDES, Igor. Exu: retóricas e poéticas. **Revista Garrafa**, n. 21, mai-ago 2010.

FECCHINE, Yvana; MANSUR, Amanda. *O road movie* na rotas de fuga do árido cinema de Pernambuco. In: XI Congresso Internacional da Abralic. **Anais...** São Paulo, 13-17 jul, 2008.

FELDMAN, Ilana. A Pedra do Reino: A *opera mundi* de Luiz Fernando Carvalho. **Revista Cinética** - Cinema e Crítica. Disponível em: <<http://www.revistacinetica.com.br/pedradoreinoilana.htm>>. Acesso em: 10 set. 2013.

FERNANDES, Frederico Augusto Garcia. **A voz e o sentido**: poesia oral em sincronia. São Paulo: Editora Unesp, 2007.

_____. **Entre histórias e tererés**: o ouvir da literatura pantaneira. São Paulo: UNESP, 2002.

_____. O atributo da voz: poesia oral, estudos literários, estudos culturais e abordagem cartográfica. **Revista da Anpoll**, vol. 1, n. 33, 2012.

_____. O popular em três movimentos: um olhar sobre Os Simpsons e o Brasil. In: MACIEL, Diógenes André Vieira. **Memórias da Borborema 2**: Internacionalização do regional. Campina Grande: Abralic, 2014.

FERNANDES, José Guilherme dos Santos. Do Oral ao Escrito: Implicações e Complicações na Transcrição de Narrativas Oraís. **Revista Outros Tempos**. v. 02, 2010.

FERRAZ, Salma. O diabo na literatura para crianças. **Linguagens Revista de Letras, Artes e Comunicação**. Blumenau, v. 1, n.3, set-dez. 2007.

FERREIRA, Jerusa Pires. Heterônimos e Cultura das Bordas. **Revista USP**, n. 4, dez. jan. fev. 1989-1990.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 12 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

FRITH, Simon. **Performing Rites**: on the value of popular music. Cambridge: Havard University Press, 1998.

FRY, Peter. Estética e política: Relações entre “raça”, publicidade e produção da beleza no Brasil. In: GOLDENBERG, Mirian. **Nu & Vestido**: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. RJ: Record, 2002.

GINZBURG, Carlo. **O queijo e os vermes**: o cotidiano e as ideias de um moleiro perseguido pela Inquisição. São Paulo: Cia. das Letras, 1987.

GOMES, Itania Maria Mota. O embaralhamento das fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. **Em torno das mídias**: práticas e ambiências. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. *O infotainment* na televisão. In: XVIII Encontro da Compós. **Anais...** Belo Horizonte: PUC-MG, 2009.

GOMES, Neusa Demartini. **Publicidade**: comunicação persuasiva. Porto Alegre: Sulina 2003.

GOMES, Wilson. As estratégias de Produção do Encanto. O alcance contemporâneo da poética de Aristóteles. In: **Textos**, n. 35, jun. 1996.

GUIMARÃES, Denise Azevedo Duarte. **Comunicação tecnoestética nas mídias audiovisuais**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 4.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HAVELOCK, Eric. A equação oralidade – cultura escrita: uma fórmula para a mente moderna. In: OLSON, R. David, TORRANCE, Nancy. **Cultura escrita e oralidade**. São Paulo: Ática, 1995.

HOFF, Tânia. Corpos emergentes na publicidade brasileira. **Cadernos de Pesquisa EPSM**. São Paulo, n. 2, maio/ago. 2006.

HUTCHEON, Linda. **Uma teoria da adaptação**. Florianópolis: Editora UFSC, 2011.

HUYSSSEN, A. Mapeando o pós-moderno. In: HOLLANDA, H. H. O. B. (org.) **Pós-modernismo e política**. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.

IORIO, Patrícia de Miranda. **A telenovela como “literatura prête-à-porter”**: uma obra menor? Disponível em: <<http://www.ciencialit.letras.ufrj.br/garrafa16/patriciaiorio.pdf>>. Acesso em 07 out. 2012.pr

IPHAN, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Patrimônio cultural**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaInicial.do;jsessionid=8CB15FCA0B9C00256CDD6E7EB3F5934C>>. Acesso em: 20 mar. 2014.

JANOTTI JR, Jeder. **Aumenta que isso aí é Rock and Roll**: mídia, gênero musical e identidade. Rio de Janeiro: E-papers, 2003.

JOLLES, André. **Formas simples**. São Paulo: Cultrix, 1976.

JUNG, Carl Gustav (org). **O homem e seus símbolos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1964.

JUSTO, José Sterza. **Vidas errantes**: políticas de mobilidade e experiências de tempo-espaço. Londrina: EDUEL, 2012.

KEHL, Maria Rita. A criança e seus narradores (Prefácio). In: CORSO, Diana Lichtenstein; CORSO, Mário. **Fadas no Divã**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

KLUCINSKAS, Jean; MOSER, Walter. A estética à prova da reciclagem cultural. **Revista Scripta**, v.11, n.20, 2007.

LE GOFF, Jacques. **O maravilhoso e o cotidiano no Ocidente Medieval**. Lisboa: Edições 70, 1983.

LEARS, T.J. Jackson. **Fables of abundance**: a cultural story of advertising in America. New York: Pantheon Books, 1994.

LINS, Regina Navarro. **O livro do amor**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2013,

LIPOVETSKY, Gilles. Sedução, publicidade e pós-modernidade. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 12, jul 2000.

LOPES, José Rogério. A conveniência da cultura: usos da cultura na era global. Resenha. **Revista Horizonte Antropológico**, v. 15, n.31, Porto Alegre, jan-jun. 2009.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2005.

MAIOR, Mauro Souto. **Literatura de cordel - antologia**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 1992.

MARINHO, Edval. **Feiras no interior, sete dias em Ferreiros**. Recife: edição do próprio autor, 2007.

MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina (org). **Gênese do pensamento comunicacional latino-americano**. São Bernardo do Campo: UMESP, 1999.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. **Os exercícios de ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac SP, 2004.

MARTINS, Estevão de Rezende. Utopia: uma história sem fim. In: LOPES, Marcos Antônio Lopes; MOSCATELI, Renato (org). **Histórias de países imaginários**: variedades dos lugares utópicos. Londrina: Eduel, 2011.

MAZETTI, Henrique Moreira. A boa vida segundo o discurso publicitário: uma análise dos conselhos comerciais sobre o bem-viver contemporâneo. **Revista Lumina**, v. 5, n. 1, jun. 2011a.

_____. As aporias da publicidade: entre a abordagem socioeconômica e a perspectiva cultural. In: VIII POSCOM Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. **Anais...** Rios de Janeiro, 23-25 nov. 2011b.

_____. Cultura participativa, espetáculo interativo: do “empoderamento” ao engajamento corporativo dos usuários de mídia. In: XIV Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste. **Anais...** Rio de Janeiro, 7-9 mai. 2009.

_____. Resistências criativas: os coletivos artísticos e a ativistas no Brasil. **Revista Lugar Comum**, n. 25-26, maio-dez. 2008.

McCRACKEN, Grat. Who is the celebrity endorser? Cultural Foundations of the endorsement process. **Journal of Consumer Research**, v. 16, dez. 1989.

MELLO, Vitor Rebello Ramos. **Memórias repentinas: a construção poética do Nordeste pelos repentistas da Feira de São Cristóvão**. Dissertação. Programa de Pós-graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2012.

MENEZES, Eduardo Diatahy B. de. A quotidianidade do Demônio na cultura popular, **Religião e Sociedade**, n. 12/2, 1985.

MITTELL, Jason. **Genre and television**. London and New York: Routledge, 2004.
MOSER, Walter. Présentation. Le road movie: un genre issu d'une constellation moderne de locomotion et de médiamotion. In: **Cinéma**, v. 18, n. 2-3, Québec: Univ. du Montréal, 2008.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. São Paulo: Forense, 1967.

NACACH, Pablo. **Las palabras sin las cosas: el poder de la publicidade**. Madrid: Lengua de Trapo, 2004.

NOGUEIRA, Carlos. **Para uma poética da poesia oral infantil e juvenil**. Disponível em: <<http://alfarrabio.di.uminho.pt/vercial/zips/nogueira09.rtf>>. Acesso em: 17 fev. 2014.

NUNES, José Horta. Introdução. In: ACHARD, Pierre; et al. **Papel da memória**. Campinas: Pontes Editores, 2010.

ONG, Walter Jackson. **Oralidade e cultura escrita: a tecnologização da palavra**. Campinas: Papyrus, 1998.

ORTIZ, R. **Cultura brasileira e identidade nacional**. 5.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PAIVA, Cláudio Cardoso de. As minisséries brasileiras: irradiações da latinidade na cultura global. Tendências atuais de produção e exibição na indústria televisiva. In: I Colóquio Brasil-Chile de Ciências da Comunicação, **Anais...** Santiago: 2011.

PAIVA, Samuel. A propósito do gênero *road movie* no Brasil: um romance, uma série de TV e um filme de estrada. **Revista Rumores**, ed. 6, v. 1, set-dez 2009.

PAVIS, Patrice. **Dicionário de teatro**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

PELEN, Jean-Noël. Memória da literatura oral. A dinâmica discursiva da literatura oral: reflexões sobre a noção de etnotexto. Trad. Maria T. Sampaio. In: **Projeto História – Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História** (PUC-SP), v.22, pp. 49-77, 2001.

PEREIRA, Andrea Cristina Martins. As cores de um sertão em preto e branco na minissérie Hoje é dia de Maria. In: OLIVA, Osmar Pereira (org). **Os nortes e os sertões literários do Brasil**. Montes Claros: Unimontes, 2009.

- PIZARRO, Márcio. Audiovisual e *performance*: conceitos paradigmáticos no estudo da arte contemporânea. **Revista Universitária do Audiovisual**, UFSCAR, dez. 2008.
- PLAZA, Julio. **Tradução Intersemiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- PRANDI, Reginaldo. **Mitologia dos orixás**. São Paulo: Cia. Das Letras, 2001.
- PROPP, Vladimir. **Morfologia do conto maravilhoso**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- PRYSTHON, Ângela. Da alegoria continental as jornadas interiores: o *road movie* latino-americano contemporâneo. **Revista Ícone**, v.2, n.9, dez 2006.
- RAMOS, Jorge Leitão. **Sergei Eisenstein**. Lisboa: Livros Horizonte, 1981.
- RAMOS, Fernão Pessoa. A Mise-en-scène realista: Renoir, Rivette e Michel Mourlet In: XIII Estudos de Cinema e Audiovisual SOCINE.1. **Anais...** São Paulo: 2012, v.1.
- RIBEIRO, Solange. Introdução à melopoética: a música na literatura brasileira. In: _____. et al. **Literatura e música**. São Paulo: Editora SENAC; Instituto Itaú Cultural, 2003.
- ROAS, David. **Tras lós límites de ló real**: una definición de ló fantástico. Madrid: Páginas de Espuma, 2011.
- ROCHA, Maria Eduarda da Mota. **A nova retórica do capital**: a publicidade brasileira em tempos neoliberais. São Paulo: Edusp, 2010.
- ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- _____. **Representações do consumo**: estudos sobre a narrativa publicitária. Rio de Janeiro: PUC-Rio/Mauad, 2006.
- ROMERO, Silvio. **Folclore Brasileiro 2 - Contos Populares do Brasil**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1954.
- ROSA, João Guimarães. **Grande sertão**: veredas. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.
- SADOUL, Georges. **História do Cinema Mundial**, v. 1. São Paulo: Editora Martins, 1963.
- SALAZAR, Paula. A história de arte como base para a construção de personagens ficcionais na teledramaturgia e no cinema. In: IV Encontro de História da Arte, IFCH/Unicamp. **Anais...** Campinas, 2008a.
- SANTOS, Gilmar. **Princípios da publicidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A globalização e as ciências sociais**. São Paulo: Cortez Editora, 2002.

SCHAMA, Simon. **Paisagem e Memória**. São Paulo, Companhia das Letras, 1996.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. **Ciência na televisão: mito, ritual e espetáculo**. São Paulo: Annablume, 1999.

SILVA, Odair José Moreira da. A estrada e a construção do *Road movie*: um estudo semiótico de "Thelma & Louise", de Ridley Scott. **Revista Conexão – Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v. 8, n.15, jan-jun 2009.

SILVA, Zander. **Dicionário de Marketing e Propaganda: uma perspectiva global**. Rio de Janeiro, Pallas, 1976.

SKLAR, Robert. **História social do cinema americano**. São Paulo: Cultrix, 1975.

SOUZA, Josué Rodrigues de. **Provérbios e máximas: coletânea de provérbios**. 2 ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2001.

STAM, Robert. Beyond Fidelity: The Dialogics of Adptation. In: NAREMORE, J. **Film Adaptation**. New Brunswick, Rutger University Press, 2000.

_____. Literature through film: realism, magic and the art of adaptation. Oxford: Blackwell, 2005a.

_____. Literature and film: a guide to the theory and practice of film adaptation. Oxford: Blackwell, 2005b.

TARNAS, Richard. **A epopéia do pensamento ocidental: para compreender as ideias que moldaram nossa visão de mundo**. 7 ed. Rio de Janeiro; Bertrand Brasil, 2005.

TODOROV, Tzvetan. **Introdução à literatura fantástica**. Coleção Debates, vol. 98. São Paulo: Perspectiva, 1975.

XAVIER, Ismail. **O discurso cinematográfico: opacidade e transparência**. 3 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

ZUMTHOR, Paul. **Escritura e nomadismo**. São Paulo: Ateliê, 2005.

_____. **O espaço oral**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

_____. **Tradição e esquecimento**. São Paulo: Hucitec, 1997.

REFERÊNCIAS ESPECÍFICAS SOBRE *HOJE É DIA DE MARIA*

ABREU, Luís Alberto de; CARVALHO, Luiz Fernando. **Hoje é dia de Maria**. Baseado na obra de Carlos Alberto Soffredini. Coletânea de fotos da 1ª e 2ª Jornadas. São Paulo: Globo, 2005a.

ABREU, Luís Alberto de; CARVALHO, Luiz Fernando. **Hoje é dia de Maria**. Baseado na obra de Carlos Alberto Soffredini. Roteiros da 1ª e 2ª Jornadas. São Paulo: Globo, 2005b.

ALBA, Ivna Fonseca. **Hoje é dia de Maria e a dicotomia entre o bem e o mal**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-ivna-hoje-e-dia-de-maria.pdf>>. Acesso em: 08 abr. 2011.

AZEVEDO, Manuela; AZEVEDO, Patrícia; GUEDES, Brenda; SANTOS, Julyanna. **Sonha Maria! (Uma discussão sobre as verdades e encantamentos dos dias de uma menina brasileira)**. Disponível em: <http://serv01.informacao.andi.org.br/4582aa9a_116c5510f32_-7ffc.pdf>. Acesso em: 26 jul. 2012.

BARROS, João de Deus Vieira; SILVA, Antonio Aílton Santos. Imagin(ação) e memória nos entrelaçamentos do evento narrativo: alinhavando confluências na microssérie Hoje é Dia de Maria. **Revista Literatura em Debate**, v. 5, n. 8, jan-jul. 2011.

CARDOSO FILHO, Ronie. **As minisséries nos processos da TV: o caso *Hoje é dia de Maria***. Tese. Programa de Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2009.

CARVALHO, Luiz Fernando (dir.). **Hoje é Dia de Maria, Primeira e Segunda Jornadas** (DVD, 3 discos). 9h26min. Rio de Janeiro: Globo Marcas; Som Livre, 2006.

CASARIN, Marcela Ribeiro. Hoje é dia de Maria: a influência das artes visuais nas direções de arte e fotografia. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Natal, 2-6 set. 2008.

CIMINO, James. Minissérie da Globo usa papel para roupas e sucata para adereços. **Folha Online**, Caderno Ilustrada, São Paulo: 11 jan. 2005.

CONCEIÇÃO, Paula das Graças Teixeira. **As características de construção de narrativa que tornaram a microssérie Hoje é Dia de Maria (1ª Jornada) um produto inovador da TV brasileira**. 2006. 110f. Monografia. Graduação em Comunicação Social com habilitação em Produção Editorial. Centro Universitário de Belo Horizonte, Belo Horizonte, 2006.

CONTI, Maria Aparecida. Uma história de amor: o encantamento como recurso da representação sígnica na narratividade. **Revista Filologia e Linguística Portuguesa**, n. 13(2), 2011.

COSTA, Ana Carolina. Refinado e popular: Hoje é dia de Maria reaproveita matéria prima para retratar o mundo dos contos populares. **Revista Luz e Cena**, ed. 67, jan-fev. 2005.

CORRÊA, Elena. Quase como ver o mundo girar. **Jornal Diário do Nordeste**, 5 dez. 2004.

COUTO, Paloma Rodrigues Destro. O pícaro em Hoje é Dia de Maria: o estudo de Zé Cangaia e Maria. In: XVI Intercom, Congresso de Ciências da Comunicação. **Anais...** São Paulo, 12-14 mai. 2011.

DIAS, Plínio Rogenes França. **Um conto popular**: da oralidade à mídia. Disponível em: <<http://www.abralic.org.br/enc2007/anais/78/1535.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2009.

DINIZ, Maria Lúcia Vissotto Paiva; MARTINS, Laís Barros. O velho e o novo no discurso televisivo de ficção: uma análise da minissérie Hoje é dia de Maria. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 4-7 set. 2009. **Anais...** Curitiba, 2009.

_____. Para onde nos conduzem os passos de Maria: produção de sentido do discurso televisivo de ficção. In: I Simpósio de Comunicação e Tecnologias Interativas. **Anais...** Bauru, 12-13 ago. 2008.

DUARTE, Madileide de Oliveira; OMENA, Fabrícia Barbosa de; VASCONCELOS, José Nilton Santos de. Literatura e Televisão: a intersemiose em Hoje é Dia de Maria. In: IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste, Salvador, 7-9 jun. 2007. **Anais...** Salvador, 2007.

FOLHA ONLINE, “Hoje é Dia de Maria” ganha exposição em São Paulo. **Folha de São Paulo**, São Paulo-SP, 07 out. 2005.

FONSECA, Rodrigo. Prólogo para uma fábula. **O Estado de São Paulo**, São Paulo-SP, 13 jan. 2005.

GOMES, Adriano Lopes; PINHEIRO, Miriam Moema. Hoje é dia de Maria e amanhã também: uma pesquisa-ação sobre as práticas de leitura da narrativa televisual em contextos de mediação escolar. In: X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste **Anais...** São Luis: 2008.

GOMES, Renato Cordeiro. Matrizes culturais e formatos industriais: uma série brasileira de televisão. In: XV Encontro da Compós. **Anais...** Bauru: UNESP, jun. 2006.

GONZALES, Amelia. As histórias da história. **Jornal O Globo**, 21 jan. 2005.

HAUSCHILD, Adriane. “**Ocê quer guiá seus passo lá pras franja do mar?**”: de como a literatura oral inspirou o teatro televisivo Hoje é dia de Maria – Jornada um. Dissertação. Programa de Pós-graduação da Faculdade de Letras da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2007.

HOJE É DIA DE MARIA. **Exposição**. Rede Globo de Televisão (prom). Estação República do Metrô, 10-21 out. 2005.

JUSTI, João Eduardo. O espelho de todos nós – a cultura popular brasileira como fonte da televisão: uma análise da minissérie “Hoje é dia de Maria”. In: XIV Celacom - Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação. **Anais...** São Paulo: 17-19 mai. 2010.

JURADO, Rosely de Fátima. **A mídia televisiva a serviço da arte e da identidade nacional: Hoje é dia de Maria**. Dissertação. Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Marília. Marília, 2008.

LIMA, Leandro Augusto Borges de; MELO, Sâmia Bechelane Cordeiro de MELO. Uma jornada, vários caminhos: os modos de endereçamento como atualizadores do gênero em Hoje é dia de Maria. In: XV Congresso de Ciências da Comunicação. **Anais...** Vitória: mai. 2010.

MALFADO JUNIOR, João Batista. **Hoje é dia de Maria: conexões cenográficas e audiovisuais**. Dissertação. Programa Associado de Pós-graduação em Artes Visuais. Centro de Comunicação, Turismo e Artes. Universidade Federal da Paraíba e Universidade Federal de Pernambuco. João Pessoa, 2012.

MARQUES, Jane; VIDAL Marly CB. O Diabo ou Asmodeu na microssérie *Hoje é dia de Maria*: primeira e segunda jornadas. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Brasília, 6 a 9 de setembro de 2006

_____. Porque Hoje é dia de Maria, todos os dias são dias de Maria. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Rio de Janeiro: UERJ, 5-9 set. 2005.

MATTOS, Laura. TV migra para o livro e alavanca vendas. **Folha de São Paulo**, São Paulo-SP, 19 dez. 2005.

MELO, Cristiane Araújo de. **A denúncia social escondida atrás das cortinas lúdicas de Hoje é Dia de Maria**. 2007. 43f. Monografia. Graduação em Letras. Faculdade Sete de Setembro, Fortaleza, 2007.

MEMÓRIA GLOBO, **Dramaturgia, Minisséries, Hoje é dia de Maria**. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-237354,00.html>>. Acesso em 15 jun. 2013.

MENDONÇA, Janiclei Aparecida. Signos do velho mundo: alegoria e símbolos na série audiovisual “Hoje é Dia de Maria”. **Revista Artefactum**, n. 1, 2014.

NAKAGAWA, Fábio Sadao. A televisão e os mecanismos semióticos de transcrição: uma análise da microssérie “Hoje é dia de Maria”. In: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Rio de Janeiro: UERJ, 5-9 jan, 2005.

NEMER, Sylvia. Espaço e teatralidade na minissérie “Hoje é dia de Maria”. **Revista Teatro&Dança**, ano 12, n. 12, 2009.

NOGUEIRA, Myriam Pessoa. **Hoje é dia de Maria Borralheira**: Intertextualidades do Roteiro da Microssérie Televisiva. Dissertação. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-graduação em Letras, Belo Horizonte: 2009.

ORICCHIO, Luiz Zanin. Minissérie rima emoção com conteúdo. **Jornal O Estado de São Paulo**, 18 jan. 2005.

PAIVA, Claudio Cardoso de. Epifanias do Sublime, do Trágico e do Maravilhoso na minissérie Hoje é Dia de Maria. *Mídia e Cultura no Tempo das Artes Tecnológicas. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*, Portugal, v. 1, n.1, p. 1-17, 2006.

_____. Hoje é dia de Maria: Conexões da mídia, cultura popular & arte tecnológica. **Revista Temática**, 25 nov. 2005.

PANTOJA, Ana Claudia Freitas. “Era uma vez...” do oral para a TV: a apropriação dos contos populares na microssérie “Hoje é dia de Maria”. In: FERNANDES, Frederico; LEITE, Eudes Fernando. **Trânsitos da voz**: estudos de oralidade e literatura. Londrina: Eduel, 2012.

PIZA, Daniel. **Um cineasta no país da infância**. *Jornal O Estado de São Paulo*, 15 nov. 2004.

PUCCI JR, Renato Luiz. A televisão brasileira em nova etapa? Hoje é dia de Maria e o cinema pós-moderno. In: XIX Encontro da Compós. **Anais...** Rio de Janeiro: PUC, jun. 2010.

RÉ, Adriana del. Giramundo completa trama com a arte de “bonecar”. **O Estado de São Paulo**, São Paulo-SP, 20 jan. 2005.

REGINATTO, Giuliana. A hora e a vez de Carolina Oliveira. **O Estado de São Paulo**, São Paulo-SP, 20 jan. 2005.

REIS, Leila. É comum menosprezar a inteligência do espectador. **O Estado de São Paulo**, São Paulo-SP, 20 jan. 2005.

SABINO, Fernanda Coutinho. Do popular ao massivo: reflexões teóricas preliminares para construção de um modelo de interpretação da microssérie Hoje é dia de Maria. In: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. **Anais...** Rio de Janeiro, 7-9 mai. 2009.

SALAZAR, Paula. **Processos criativos na televisão Brasileira. A importância a proposta de Luiz Fernando Carvalho em suas minisséries**. 2008. 210f. Dissertação. Mestrado em Comunicação e Semiótica/Análise das Mídias. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008b.

SANTOS, Valmir. Carvalho invoca a cultura popular em microssérie. **Jornal Folha de São Paulo**. Ilustrada, 9 jan. 2005. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0901200511.htm>>. Acesso em: 20 jan. 2010.

SILVA, Antonio Aílton Santos. **Janelas do contar [na microssérie Hoje é dia de Maria]**: atravessando os limiares entre imagem e educação, narrativa e vida. Dissertação. Mestrado em Educação. Universidade Federal do Maranhão, São Luis, 2011.

SITE OFICIAL. **Hoje é dia de Maria** Disponível em: <<http://minisserie.blogspot.com.br/2010/03/hoje-e-dia-de-maria.html>>. Acesso em 15 jun. 2013.

STIVANIN, Taíssa. “Hoje é Dia de Maria mostra TV arte. **O Estado de São Paulo**, São Paulo-SP, 13 jan. 2005.

FONTES DAS ILUSTRAÇÕES

*** Imagens extraídas do site oficial de *Hoje é dia de Maria*:**

Fig 1 – Exterior do domo
Fig 4 – Divulgação oficial
Fig 33 – Marionetes
Fig 47 – Trinta negros de Contagem
Fig 73 – Festa fora do castelo

SITE OFICIAL. **Hoje é dia de Maria** Disponível em:
<<http://minisserie.blogspot.com.br/2010/03/hoje-e-dia-de-maria.html>>. Acesso em 15 jun. 2013.

*** Imagem extraída do livro de fotos da microssérie:**

Fig 8 – Vestido-ninho

ABREU, Luís Alberto de; CARVALHO, Luiz Fernando. **Hoje é dia de Maria**. Baseado na obra de Carlos Alberto Soffredini. Coletânea de fotos da 1ª e 2ª Jornadas. São Paulo: Globo, 2005a.

*** Imagens extraídas do site do estilista Jum Nakao, figurinista e componente da equipe de produção de arte:**

Fig 2 – Interior do domo
Fig 9 – Baile no castelo
Fig 70 – Castelo medieval

NAKAO, Jum. Site. Disponível em: <<http://www.jumnakao.com/portfolios/hoje-e-dia-de-maria>>. Acesso em 19 fev. 2013.

*** Imagens extraídas do site oficial do Projeto Portinari:**

Fig 5 – Pintura portinariana
Fig 28 – O lavrador de café

PROJETO PORTINARI. Disponível em: <<http://www.portinari.org.br>>. Acesso em: 15 jun. 2013.

*** Imagem extraída do site Arcana, Estudos de Religião**

Fig 41 – Deus e o diabo na terra do sol

ARCANA, Estudos de Religião. Disponível em: <<http://arcanaestudosdereligiao.blogspot.com.br/2013/04/deus-e-o-diabo-na-terra-do-sol-e-luta.html>>. Acesso em 22 mai. 2014.

*** Imagens extraídas do site Hypeness (fotos de Grace Brown)**

Fig 88 – Cartaz 1

Fig 89 – Cartaz 2

Fig 90 – Cartaz 3

HYPENESS, Inovação e Criatividade. Disponível em: <<http://www.hypeness.com.br/2013/05/projeto-mostra-vitimas-de-abusos-sexuais-segurando-frases-ditas-pelo-abusador/>>. Acesso em 20 set. 2014.

Do DVD

* Imagens extraídas pela pesquisadora diretamente do DVD oficial de *Hoje é dia de Maria* a partir dos recursos de *Print Screen* e do programa Picasa:

Fig 3 – Inspiração pictórica

Fig 6 – Aridez

Fig 7 – Campos de neve

Fig 10 – Vinheta de abertura

Fig 11 – Fim da vinheta

Fig 12 – Casamento

Fig 13 – As três viúvas

Fig 14 – Capinzal

Fig 15 – Descoberta do corpo

Fig 16 – Partida

Fig 17 – Maria e o Maltrapilho

Fig 18 – O Mendigo

Fig 19 – Face do Maltrapilho

- Fig 20 – Face do Mendigo
- Fig 21 – Face do Homem de Olhar Triste
- Fig 22 – Face do Vendedor
- Fig 23 – Mascate português
- Fig 24 – Troca de olhares
- Fig 25 – Objeto mágico
- Fig 26 – Cobra
- Fig 27 – Os Executivos
- Fig 29 – Executivos estilizados
- Fig 30 – Caracterização dos Executivos
- Fig 31 – Faro
- Fig 32 – Tecnologia aplicada
- Fig 34 – Noite
- Fig 35 – Casamatas
- Fig 36 – Menina Carvoeira
- Fig 37 – Asmodeu entre faíscas
- Fig 38 – Os Retirantes
- Fig 39 – Na mira do rifle
- Fig 40 – Os Cangaceiros
- Fig 42 – Pai penitente
- Fig 43 – Encontro com os Índios
- Fig 44 – Os sons da noite
- Fig 45 – O presente
- Fig 46 – Músicos entre os Retirantes
- Fig 48 – O endosso indígena
- Fig 49 – Pássaro na lagoa
- Fig 50 – Moço Bonito
- Fig 51 – Marcha luciferina
- Fig 52 – O preço de Zé Cangaia
- Fig 53 – Armadilha sob o chapéu
- Fig 54 – As adivinhas de Asmodeu
- Fig 55 – Diabo logrado
- Fig 56 – Asmodeu Original
- Fig 57 – Asmodeu Falso Amigo
- Fig 58 – Asmodeu Brincante
- Fig 59 – Asmodeu Mágico
- Fig 60 – Quase suicídio
- Fig 61 – Asmodeu narrador
- Fig 62 – Redemoinho
- Fig 63 – Menarca
- Fig 64 – Lamentação
- Fig 65 – Nossa Senhora
- Fig 66 – Transição
- Fig 67 – Colega de Maria
- Fig 68 – Moradores do castelo
- Fig 69 – Maria Borracheira
- Fig 71 – Príncipe bailarino
- Fig 72 – Príncipe sem face
- Fig 74 – Vestes de noiva
- Fig 75 – Maria retira a flecha

- Fig 76 – O Amado
- Fig 77 – Detalhe do Pássaro Incomum
- Fig 78 – Corpo do Pássaro
- Fig 79 – Lágrimas de Asmodeu
- Fig 80 – Pássaro congelado
- Fig 81 – Maria descobre o Amado
- Fig 82 – Abertura da portinhola
- Fig 83 – Coração na mão
- Fig 84 – Nudez
- Fig 85 – Carrossel
- Fig 86 – Ciganinho
- Fig 87 – Espelho
- Fig 91 – A cabaça do Retirante
- Fig 92 – A chuva salvadora
- Fig 93 – Maria e o Ciganinho partem
- Fig 94 – Saída do domo
- Fig 95 – Maria encontra o mar
- Fig 96 – As franjas do mar

In: CARVALHO, Luiz Fernando; TV GLOBO. **Hoje é dia de Maria**. Baseado na obra de Carlos Alberto Soffredini. DVDs da 1ª e 2ª Jornadas. Rio: Globomarcas, 2006. 3 discos digitais. Color. Son.

Imagem extraída do filme Voz: poesia arfante

Fig 97 – Outra Maria

OBS: Filme em fase de edição, ainda não lançado.

ANEXOS

ANEXO A

Ficha Técnica de *Hoje é dia de Maria*

Direção: Luiz Fernando Carvalho

Roteiro: Luís Alberto de Abreu e Luiz Fernando Carvalho (a partir da obra de Carlos Alberto Soffredini)

Direção de produção: César Lino

Direção de arte: Raimundo Rodrigues

Direção de fotografia: José Tadeu

Direção de iluminação: Paulo Roberto Miranda

Produção musical: Tim Rescala

Direção musical: Mariozinho Rocha

Produção de arte: Jussara Xavier

Produção de elenco: Nelson Fonseca

Cenografia: Lia Renha e João Irênio

Pinturas: Clécio Régis

Figurino: Luciana Buarque

Figurino de papel: Jum Nakao e Silvana Marcondes

Coreografia: Denise Stutz

Caracterização: Vavá Torres

Direção de animação: César Coelho

Animação: Pedro Iuá, Luciano do Amaral, Aída Queiroz, Alessandro Monnerat, Érica Valle, Rosária, Marão, Bruno Edde e Bernardo Mendes

Marionetes: Teatro de Bonecos Giramundo

Edição: Carlos Thadeu, Pedro Durán e Paulo Leite

Participações especiais

Grupo teatral *Tá na rua*

Folia de Reis *Reisado Flor do Oriente*, Duque de Caxias – RJ

Índios Xavantes da Aldeia Pimentel Barbosa – MT

Cia. Circo Branco (As Pastorinhas)

Grupo de Umbigada Paulista

Banda Santa Cecília e Cirandeiros de Parati

Adilson Lacerda Neto

Carlos Machado Filho

Rodrigo Rubik

Atores/atrizes e respectivos(as) personagens

(Elenco principal)

André Valli – Asmodeu mágico
 Antônio Edson – Asmodeu brincante
 Aramis Trindade – Cangaceiro
 Carolina Oliveira – Maria criança
 Charles Fricks – Executivo
 Daniel de Oliveira – Quirino
 Denise Assunção – Mucama
 Emiliano Queiroz – Asmodeu velho
 Fernanda Montenegro – Madrasta
 Gero Camilo – Zé Cangaia
 Ilya São Paulo – Cangaceiro
 Inês Peixoto – Rosa
 João Sabiá – Asmodeu bonito
 Juliana Carneiro da Cunha – Nossa Senhora da Conceição
 Laura Lobo – Menina carvoeira
 Leandro Castilho – Executivo
 Letícia Sabatella – Maria adulta
 Luiz Damasceno – Asmodeu poeta
 Marco Ricca – Cangaceiro
 Mario Cesar Camargo – Odorico
 Mônica Nassif – Camponesa
 Nanego Lira – Retirante
 Osmar Prado – Pai
 Phillipe Louis – Ciganinho
 Rafaella Oliveira – Joaninha
 Ricardo Blat – Asmodeu sátiro
 Rodolfo Vaz – Homem de olhar triste / Maltrapilho / Mascate / Mendigo / Mascate
 Rodrigo Rubik – Príncipe
 Rodrigo Santoro – Amado
 Stênio Garcia – Asmodeu
 Suzana Faini – Velha Carpideira
 Thainá Pina – Joaninha

(Elenco de apoio)

Adilson Lacerda Neto
 Allison Benício – menino cavoeiro
 Amanda Mariana – menina cavoeira
 Ana Carolina Augusto – menina cavoeira
 Ana Paula Pardal – retirante
 Ana Paula Secco – retirante
 Banda Santa Cecília e Cirandeiros de Parati
 Caio Guaraná – menino cavoeiro
 Caio Polizzo – menino cavoeiro
 Carlos Machado Filho

Cássia Macieira – manipuladora
Catarina Viamonte – menina caçoeira
Cauã Waismann – menino caçoeiro
Companhia Circo Branco (As Pastorinhas)
Daruan Góes – menino caçoeiro
Eduardo Félix – manipulador
Folia de Reis “Reisado Flor do Oriente”, Duque de Caxias, Rio de Janeiro
Gabriel Guilherme – menino caçoeiro
Gabriel Lira – menino caçoeiro
Gabriel Lucas – menino caçoeiro
Gabriela Peluso – menina caçoeira
Giuliana Gamboji – manipuladora
Guilherme Amarante – manipulador
Grupo de Teatro “Tá na Rua”
Grupo de Umbigada Paulista
Hayannah Moura – menina caçoeira
Henrique Tinoco – menino caçoeiro
Índios Xavantes da Aldeia Pimentel Barbosa – Mato Grosso do Sul
Isabella da Cunha – menina caçoeira
Jeferson Amaral – menino caçoeiro
Kauã Santiago – menino caçoeiro
Kemly Moura – menina caçoeira
Larissa Corrêa – menina caçoeira
Loren Ferreira – menina caçoeira
Louisa Lopez – manipuladora
Lucas do Valle – menino caçoeiro
Lucas Ramos – menino caçoeiro
Luisa Polizzo – menina caçoeiro
Luiza Apolinário – menina caçoeiro
Luiza Monteiro – menina caçoeira
Marcos Malafaia – manipulador
Maria Fontes – manipuladora
Maria Gerk – menina caçoeiro
Maria Nasser – menina caçoeiro
Mestre Salustiano – retirante
Morena Cattoni – retirante
Nei Motta – retirantes
Olívia Torres – menina caçoeira
Paulo Neviani – menino caçoeiro
Pedro Salustiano – retirante
Sabrina Paraíso – menina caçoeiro
Sophia Felipe – manipuladora
Stéphany Faria – menina caçoeira
Taluya Góes – menina caçoeira
Teatro de Bonecos Giramundo – marionetes
Ulisses Tavares – manipulador
Zé Rescala – retirante

Equipes de apoio

Efeitos especiais: Marcos Soares e Marcos Paula

Sonoplastia: Iraumir Mendes, Irla Leite

Efeitos Visuais: Toni Cid, Eduardo Halfen, Carlos Gonçalves, Alexandre Areal, Rafael Ambrósio

Manipuladores de marionetes: Marcos Malafaia, Ulisses Tavares, Eduardo Félix, Sophia Felipe, Guilherme Amarante, Cássia Macieira, Maria Fontes, Giulianna Gamboji, Louisa Lopez

Câmeras: Murilo Azevedo, Sebastião de Oliveira

Equipe de apoio à operação de câmera: Luiz Bravo, Arismar Ferreira

Equipe de vídeo: João Norton, Tiorbe de Souza

Equipe de áudio: Carlos Roberto Moreira, Rgério Vasconcelos, Arione Nazário

Cenógrafos assistentes: Marcos Ranzani e Milton di Biase

Figuristas assistentes: Aline Moreira, Maribel Spinosa e Maria Claudia Costa

Equipe de apoio ao figurino: Wagner Lousa, Jaciara Grzybowski, Nelson Barbosa, Fátima de Paula, Ilma Rosalina, Lídia Maria, Railda Marques Lima e Sueli Barreto Castro

Equipe de iluminação: Orlando Vaz Pereira, Alexandre Domingos Reigada, Luciano Martiniano, Paulo Roberto Miranda, Eduardo de Freitas, André Luis da Silva, Alan Vargas, José Luiz da Silva

Produtor de arte assistente: Aline Esteves

Apoio à arte: Ricardo Cerqueira

Equipe de pintura: Cleber Regis, Cassio Murilo, Bruno Costa, Paulo Maurício

Equipe de ateliê: Orlando Brasileiro Tarcísio Ribeiro, Ofeliano, Maurício Santos, Helder Araújo, Dida Nascimento

Preparação corporal: Tiche Vianna, Ésio Magalhães

Preparação de atores: Maria Clara Fernandez

Preparação vocal: Agnes Moço

Equipe de apoio à caracterização: Pina Júnior, Glória Maria, Mário Crivelli, Jadilson Cruz e Susete Duarte

Gerente de Projetos: Douglas Araújo

Equipe de cenotécnica: Doracildo Viana, Edir Corrêa

Supervisão de contra-regra: Ronaldo Buiú

Pesquisa: Íris Gomes da Costa, Edna Palatnik

Continuidade: Lucia Fernanda

Assistente de direção: Wanessa Machado, Mariana Pinheiro

Produção de engenharia: Ilton Caruso

Equipe de produção: Luciana Vinco, Margareth Azevedo, Aderson Diniz, Marcos Pereira, Bárbara Duffles

Coordenação de produção: Guilherme Maia

Gerência de produção: Maristela Velloso

Direção de núcleo: Luiz Fernando Carvalho

FONTES:

ABREU, Luís Alberto de; CARVALHO, Luiz Fernando. **Hoje é dia de Maria**. Baseado na obra de Carlos Alberto Soffredini. São Paulo: Globo, 2005.

MEMÓRIA GLOBO, **Dramaturgia, Minisséries, Hoje é dia de Maria**. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-237354,00.html>. Acesso em 15 jun. 2013.

SITE OFICIAL. **Hoje é dia de Maria** Disponível em: <http://minisserie.blogspot.com.br/2010/03/hoje-e-dia-de-maria.html>. Acesso em 15 jun. 2013.

ANEXO B

Relação de produtos audiovisuais dirigidos por Luiz Fernando Carvalho

OBRAS TELEVISIVAS:

- *Meu Pedacinho de Chão* (2014) – telenovela
- *Alexandre e Outros Heróis* (2013) – especial
- *Correio Feminino* (2013) – microssérie
- *Subúrbia* (2012) – microssérie
- *Afinal, o Que Querem as Mulheres?* (2010) – microssérie
- *Capitu* (2008) – microssérie
- *A Pedra do Reino* (2007) – microssérie
- *Hoje é Dia de Maria - 2ª Jornada* (2005) – microssérie
- *Hoje É Dia de Maria* (2005) – microssérie
- *Esperança* (2002) – telenovela
- *Os Maias* (2001) – minissérie
- *Que Teus Olhos Sejam Atendidos* (1998) – documentário do canal GNT
- *O Rei do Gado* (1996) – telenovela
- *A Farsa da Boa Preguiça* (1995) – especial
- *Irmãos Coragem* (1995) – telenovela
- *Uma Mulher Vestida de Sol* (1994) – especial
- *Renascer* (1993) – telenovela
- *Pedra sobre Pedra* (1992) – telenovela
- *Os Homens Querem Paz* (1991) – especial
- *Chitãozinho e Xororó Especial* (1990) – especial
- *Riacho Doce* (1990) – minissérie
- *Tieta* (1989) – telenovela
- *Vida Nova* (1988) – telenovela
- *Carmen* (1987) – telenovela
- *Helena* (1987) – telenovela

OBRAS CINEMATOGRAFICAS:

- *Lavoura Arcaica* (2001) – longa-metragem
- *A Espera* (1986) – curta-metragem

FONTES:

ADORO CINEMA. **Luiz Fernando Carvalho.** Disponível em:
<<http://www.adorocinema.com/personalidades/personalidade-78430/filmografia>>.
Acesso em: 14 nov. 2014

FÃ PAGE. **Luiz Fernando Carvalho.** Disponível em:
<https://www.facebook.com/pages/Luiz-Fernando-Carvalho/151328891591854?sk=info&tab=page_info>. Acesso em: 14 nov. 2014

ANEXO C

Relação de obras de Luis da Câmara Cascudo e Sílvio Romero

CÂMARA CASCU DO (POR ANO DE PUBLICAÇÃO):

- 001 – Alma Patrícia, crítica literária – Atelier Typ. M. Vitorino, 1921
 002 – Histórias que o tempo leva – Ed. Monteiro Lobato, S. Paulo, (out. 1923), 1924.
 003 – Joio – crítica e literatura – Of. Graph. d'A Imprensa, Natal (jun), 1924
 004 – Lopez do Paraguay – Typ. d'A República, 1927
 005 – Conde d'Eu – Ed. Nacional, 1933
 006 – O homem americano e seus temas – Imprensa Oficial, Natal, 1933
 007 – Viajando o sertão – Imprensa Oficial, Natal, 1934
 008 – Em memória de Stradelli – Livraria Clássica, Manaus, 1936
 009 – O Doutor Barata – Imprensa Oficial, Bahia, 1938
 010 – O Marquês de Olinda e seu Tempo – Ed. Nacional, S. Paulo, 1938
 011 – Governo do Rio Grande do Norte – Liv. Cosmopolita, Natal, 1939.
 012 – Vaqueiros e Cantadores – (Globo, 1939) – Ed. Itatiaia, S. Paulo, 1984.
 013 – Antologia do Folclore Brasileiro – Martins Editora, S. Paulo, 1944
 014 – Os melhores contos populares de Portugal – Dois Mundos, 1944
 015 – Lendas brasileiras – 1945
 016 – Contos tradicionais do Brasil – (Col. Joaquim Nabuco), 1946 - Ediouro
 017 – Geografia dos mitos brasileiros – Ed. José Olímpio, 1947. 2ª edição, Rio, 1976.
 018 – História da Cidade do Natal – Prefeitura Mun. do Natal, 1947
 019 – Os holandeses no Rio Grande do Norte – Depto. Educação, Natal, 1949
 020 – Anubis e outros ensaios – (Ed. O Cruzeiro, 1951), 2ª edição, Funarte/UFRN, 1983
 021 – Meleagro – Ed. Agir, 1951 – 2ª edição, Rio, 1978
 022 – Literatura oral no Brasil – Ed. José Olímpio, 1952 – 2ª edição, Rio, 1978
 023 – Cinco livros do povo – Ed. José Olímpio, 1953 – 2ª edição, ed. Univ. UFPb, 1979.
 024 – Em Sergipe del Rey – Movimento Cultural de Sergipe, 1953
 025 – Dicionário do Folclore Brasileiro – INL, Rio, 1954 – 3ª edição, 1972
 026 – História de um homem – (João Câmara) – Depto. de Imprensa, Natal, 1954
 027 – Antologia de Pedro Velho – Depto. de Imprensa, Natal, 1954
 028 – História do Rio Grande do Norte – MEC, 1955
 029 – Notas e documentos para a história de Mossoró – Coleção Mossoroense, 1955
 030 – Trinta “estórias” brasileiras – ed. Portucalense, 1955
 031 – Geografia do Brasil Holandês – Ed. José Olímpio, 1956
 032 – Tradições populares da pecuária nordestina –MA-IAA n.9, Rio, 1956
 033 – Jangada – MEC, 1957
 034 – Jangadeiros – Serviço de Informação Agrícola, 1957
 035 – Superstições e Costumes – Ed. Antunes & Cia, Rio, 1958
 036 – Canto de Muro – Ed. José Olímpio, (dez. 1957), 1959
 037 – Rede de dormir – MEC (1957), 1959 – 2ª edição, Funarte/UFRN, 1983
 038 – Ateneu Norte-Rio-Grandense – Imp. Oficial, Natal, 1961

- 039 – Vida breve de Auta de Souza – Imp. Oficial, Recife, 1961
- 040 – Dante Alighieri e a tradição popular no Brasil – PUC, Porto Alegre, 1963 – 2ª edição Fundação José Augusto (FJA), Natal, 1979
- 041 – Dois ensaios de História – (Imprensa Oficial Natal, 1933 e 1934) Ed. Universitária, 1965
- 042 – História da República do Rio Grande do Norte – Edições do Val, Rio, 1965
- 043 – Made in África – Ed. Civilização Brasileira, 1965
- 044 – Nosso amigo Castriciano – Imp. Universitária, Recife, 1965
- 045 – Flor dos romances trágicos – Ed. Cátedra, Rio, 1966 – 2ª ed. Cátedra/FJA, 1982
- 046 – Voz de Nessus – Depto. Cultural, UFPb, 1966
- 047 – Folclore no Brasil – Fundo de Cultura, Rio, 1967 – 2ª edição, FJA, Natal, 1980
- 048 – História da alimentação no Brasil – Ed. Nacional (2 vol) fev. 1963), 1967, (col. Brasiliana 322 e 323) – 2ª ed. Itatitaia, 1983
- 049 – Jerônimo Rosado (1861-1930) – ed. Pongetti, Rio, 1967
- 050 – Seleta, Luís da Câmara Cascudo – Ed. José Olímpio, Rio, 1967 – org. por Américo de Oliveira Costa. – 2ª Ed. 1972.
- 051 – Coisas que o povo diz – Bloch, 1968
- 052 – Nomes da Terra – Fundação José Augusto, Natal, 1968
- 053 – O tempo e eu – Imp. Universitária – UFRN, 1968
- 054 – Prelúdio da cachaça – IAA, (maio, 1967), 1968
- 055 – Pequeno manual do doente aprendiz – Ed. Universitária – UFRN, 1969
- 056 – Gente viva – Ed. Universitária UFPe, 1970
- 057 – Locuções tradicionais no Brasil – UFPE, 1970 – 2ª edição, MEC, Rio, 1977
- 058 – Ensaio de etnografia brasileira – INL, 1971
- 059 – Na ronda do tempo – Ed. Universitária, UFRN, 1971 (livro biográfico)
- 060 – Sociologia do Açúcar – MIC – IAA, 1971. Coleção Canavieira n. 5
- 061 – Tradição, ciência do povo – Perspectiva, S. Paulo, 1971
- 062 – Ontem – (maginações) – Ed. Universitária UFRN, 1972
- 063 – Uma História da Assembléia Legislativa do RN – FJA, 1972
- 064 – Civilização e cultura (2 volumes) – MEC/Ed. José Olímpio, 1973
- 065 – Movimento da independência no RN – FJA, 1973
- 066 – O Livro das velhas figuras – (6 vol.) – 1, 1974; 2, 1976; 3, 1977; 4, 1978; 5, 1981; 6, 1989 – Inst. Histórico e Geográfico do RN
- 067 – Prelúdio e fuga do real – FJA, 1974
- 068 – Religião no povo – Imprensa Universitária, UFPb, 1974
- 069 – História dos nossos gestos – Ed. Melhoramentos, 1976
- 070 – O Príncipe Maximiliano no Brasil – Kosmos editora, 1977
- 071 – Antologia da alimentação no Brasil – Livros Técnicos e Científicos ed., 1977
- 072 – Três ensaios franceses – FJA, 1977 (do **Motivos da Literatura Oral da França no Brasil**, Recife, 1964 – Roland, Mereio e Heptameron)
- 073 – Mouros e Judeus – Depto. de Cultura, Recife, 1978
- 074 – Superstição no Brasil – Itatiaia, S. Paulo, 1985

Plaquetes

- 075 – Da poesia popular narrativa no Brasil – Universidade Nacional do México, 1971
- 076 – Às de Vila Diogo – Museu de Etnografia e História – Junta Distrital do Porto
- 077 – Assunto gago – Museu de Etnografia e História – Junta Distrital do Porto

- 078 – Ceca e Meca – Museu de Etnografia e História – Junta Distrital do Porto
 079 – O morto no Brasil – Museu de Etnografia e História – Junta Distrital do Porto
 080 – Água do Lima no Capibaribe – Museu de Etnografia e História – Junta Distrital do Porto
 081 – Visão do Folclore Nordestino – Museu de Etnografia e História – Junta Distrital do Porto
 082 – Uma nota sobre o cachimbo inglês – Museu de Etnografia e História – Junta Distrital do Porto
 083 – Folclore nos Autos Camoneanos – Museu de Etnografia e História – Junta Distrital do Porto
 084 – Divórcio no talher – Museu de Etnografia e História – Junta Distrital do Porto
 085 – A cozinha africana no Brasil – Publicações do Museu de Angola, Luanda, 1964
 086 – Ancha es Castilla! – Academia de Ciências de Lisboa, 1967
 087 – Três notas brasileiras – Junta Distrital de Lisboa, 1970
 088 – Conferência (Tricentenário dos Guararapes) – Arquivo Público, Recife, 1949
 089 – A função dos arquivos – Arquivo Público Estadual, Recife, 1956
 090 – Desplantes – Revista do Arquivo Municipal – S.Paulo
 091 – Paróquias do Rio Grande do Norte – Depto. Imprensa, Natal, 1955
 092 – A família do Padre Miguelinho – Coleção Mossoroense, 1960
 093 – Ateneu Norte-Riograndense – Coleção “Juvenal Lamartine”, Natal, 1961
 094 – Breve História do Palácio da Esperança – Depto. Imprensa, Natal, 1961
 095 – A vaquejada nordestina e sua origem – FJA, 1976
 096 – Mitos brasileiros – Cadernos de Folclore n. 6, MEC, 1976
 097 – Paliçadas e gases asfixiantes entre os indígenas da América do Sul – Ed. Biblioteca do Exército, 1961
 098 – Versos (Lourival Açucena) – Typ. A República, Natal, 1927
 099 – A Carnaúba – in Revista Brasileira de Geografia, p. 159 – IBGE, 1964
 100 – Alexander Von Humboldt – 1969
 101 – Natal – (Revista Potyguar), 1939 – Coleção Mossoroense, 1991
 102 – Caraúbas, Assu e Santa Cruz – (Revista Potiguar, 1938), Coleção Mossoroense, 1991
 103 – Paróquias do Rio Grande do Norte – Depto. Imprensa, 1955 – Coleção Mossoroense, 1992
 104 – Três poemas de Walt Whitman – Imprensa Oficial, Recife, 1957 – Coleção Mossoroense, 1992
 105 – Mossoró e Moçoró – Coleção Mossoroense, 1991 – Consultando São João – Depto. Imprensa, Natal, 1949
 106 - No caminho do avião... Notas de reportagem aérea (1922-1933) – EDUFRN, 2007
 107 - A Casa de Cunhaú – Gráfica do Senado, lançamento previsto para 2008.

Mais plaquetes e outras publicações

- 108 - O mais antigo marco colonial do Brasil – 1934
 109 - Intencionalidade no descobrimento do Brasil – Natal, 1935
 110 - O homem americano e seus temas – Natal, 1935
 111 - Uma interpretação da couvade – São Paulo, 1936
 112 - Conversas sobre a hipoteca – São Paulo, 1936
 113 - Os índios conheciam a propriedade privada – São Paulo, 1936

- 114 - O brasão holandês no Rio Grande do Norte – 1936
- 115 - Notas para a história do Ateneu – Natal, 1937
- 116 - O marquês de Olinda e o seu tempo – São Paulo, 1938
- 117 - Peixes no idioma tupi – Rio de Janeiro, 1938
- 118 - Governo do Rio Grande do Norte – Natal, 1939
- 119 - Informação de história e etnografia – Recife, 1940
- 120 - O nome potiguar – Natal, 1940
- 121 - O povo do Rio Grande do Norte – Natal, 1940
- 122 - As lendas de Estremoz – Natal, 1940
- 123 - Fanáticos da serra de João do Vale – Natal, 1941
- 124 - O presidente parrudo – Natal, 1941
- 125 - Seis mitos gaúchos – Porto Alegre, 1942
- 126 - Sociedade Brasileira de Folclore – 1942
- 127 - Lições etnográficas das Cartas Chilenas – São Paulo, 1943
- 128 - Antologia do folclore brasileiro – São Paulo, 1944
- 129 - Os melhores contos populares de Portugal – Rio de Janeiro, 1944
- 130 - Simultaneidade de ciclos temáticos afro-brasileiros – Porto, 1948
- 131 - Tricentenário de Guararapes – Recife, 1949
- 132 - Gorgoncion; estudo sobre amuletos – Madri, 1949
- 133 - Consultando São João – Natal, 1949
- 134 - Ermet Mell’Acaia e la consulta degli oracoli – Nápoles, 1949
- 135 - O folclore nos autos camponeanos – Natal, 1950
- 136 - Custódias com campainhas – Porto, 1951
- 137 - Conversa sobre direito internacional público – Natal, 1951
- 138 - Os velhos estremezes circenses – Porto, 1951
- 139 - Atirei um limão verde – Porto, 1951
- 140 - Com Dom Quixote no folclore brasileiro – Rio de Janeiro, 1952
- 141 - A mais antiga igreja do Seridó – Natal, 1952
- 142 - O fogo de 40 – Natal, 1952
- 143 - O poldrinho sertanejo e os filhos do vizir do Egito – Natal, 1952
- 144 - Tradicion de un cuento brasileño – Caracas, 1952
- 145 - História da imperatriz Porcina – Lisboa, 1952
- 146 - A origem da vaquejada do nordeste brasileiro – Porto, 1953
- 147 - Alguns jogos infantis no Brasil – Porto, 1953
- 148 - Casa dos surdos – Madri, 1953
- 149 - Contos de encantamento – 1954
- 150 - Contos exemplares – 1954
- 151 - No tempo em que os bichos falavam – 1954
- 152 - Comendo formigas. Rio de Janeiro – 1954
- 153 - Os velhos caminhos do Nordeste – Natal, 1954
- 154 - Cinco temas do Heptameron na literatura oral – Porto, 1954
- 155 - Pereira da Costa, folclorista – Recife, 1954.
- 156 - Lembrando Segundo Wanderley – Natal, 1955
- 157 - Notas sobre a paróquia de Nova Cruz – Natal, 1955
- 158 - Leges et consuetudines nos costumes nordestinos – Havana, 1955
- 159 - História do município de Santana do Matos – Natal, 1955
- 160 - Vida de Pedro Velho – Natal, 1956
- 161 - Comadre e compadre – Porto, 1956
- 162 - Tradições populares da pecuária nordestina – Rio de Janeiro, 1956
- 163 - Universidade e civilização – Natal, 1959

- 164 - A noiva de arraiolos – Madri, 1960
- 165 - Temas do Mireio no folclore de Portugal e Brasil – Lisboa, 1960
- 166 - Conceito sociológico do vizinho – Porto, 1960
- 167 - Etnografia e direito – Natal, 1961
- 168 - Grande fabulário de Portugal e Brasil – Lisboa, 1961
- 169 - Motivos da literatura oral da França no Brasil – Recife, 1964
- 170 - Prelúdio e fuga – Natal, 1966
- 171 - Voz de Nessus (inicial de um Dicionário brasileiro de superstições) – Paraíba, 1966
- 172 - Mouros, franceses e judeus; três presenças no Brasil – Rio de Janeiro, 1967

Outras traduções e anotações

- 173 - Açucena, Lourival. Versos reunidos. 1920
- 174 - Montaigne e o índio brasileiro. São Paulo, 1940. Tradução e notas do capítulo 'Des canibales', dos Essais
- 175 - Koster, Henri. Viagens ao Brasil. São Paulo, 1942. Tradução e notas
- 176 - Viagens ao Nordeste do Brasil – Henry Koster (tradução comentada) Estado de Pernambuco, 1942 e 2ª ed. 1978
- 177 - Harrt, Charles Frederick. Os mitos amazônicos da tartaruga. 1952
- 178 - Romero, Sílvio. Cantos populares do Brasil. Rio de Janeiro, 1954. Introdução e notas.
- 179 - Romero, Sílvio. Cantos populares do Brasil. 2
- 180 - Barbosa, Domingos Caldas. Poesia. 1958
- 181 - Nobre, Antônio. Poesia. 1959
- 182 - Melo Moraes Filho. Festas e tradições populares do Brasil. Belo Horizonte, 1979. Revisão e notas
- 183 - Melo Moraes Filho. Os ciganos e cancionero dos ciganos. Belo Horizonte, 1981. Revisão e notas.

Inéditos

- 184 - História da literatura norte-riograndense
- 185 - História do município do Ceará-Mirim
- 186 - História do Rio Grande do Norte para as escolas
- 187 - História da carnaúba
- 188 - Nomes de ruas e praças da cidade do Natal
- 189 - O livro dos patronos
- 190 - Brazilian Folk-lore
- 191 - J. Poranduba Amazonense, de Barbosa Rodrigues
- 192 - Mitologia indígena do Amazonas, de Charles Frederick Hartt

FONTE: Memória Viva. **Livros de Câmara Cascudo**. Disponível em:
<<http://www.memoriaviva.com.br/cascudo/livros.htm>>. Acesso em 20 mar. 2014.

OBRAS DE SÍLVIO ROMERO (POR ANO DE PUBLICAÇÃO):

- 01 - Cantos do fim do século, poesia (1878);
- 02 - A filosofia no Brasil, ensaio (1878);

- 03 - Interpretação filosófica dos fatos históricos, tese (1880);
- 04 - Introdução à história da literatura brasileira (1882);
- 05 - O naturalismo em literatura (1882);
- 06 - Últimos harpejos, poesia (1883);
- 07 - Estudos de literatura contemporânea (1885);
- 08 - Contos populares do Brasil (1885);
- 09 - Estudos sobre a poesia popular do Brasil (1888);
- 10 - Etnografia brasileira (1888);
- 11 - História da literatura brasileira, 2 vols. (1888; 2ª. ed. 1902; 3ª. ed. 1943, organização e prefácio de Néelson Romero, 5 vols.);
- 12 - A filosofia e o ensino secundário (1889);
- 13 - A história do Brasil ensinada pela biografia de seus heróis, didática (1890);
- 14 - Parlamentarismo e presidencialismo na República Cartas ao conselheiro Rui Barbosa (1893);
- 15 - Ensaio de Filosofia do Direito (1895);
- 16 - Machado de Assis (1897);
- 17 - Novos estudos de literatura contemporânea (1898);
- 18 - Ensaio de sociologia e literatura (1901);
- 19 - Martins Pena (1901);
- 20 - Parnaso sergipano, 2 vols.: 1500-1900 e 1899-1904 (1904);
- 21 - Evolução do lirismo brasileiro (1905);
- 22 - Evolução da literatura brasileira (1905);
- 23 - Compêndio de história da literatura brasileira, em colaboração com João Ribeiro (1906);
- 24 - Discurso recebendo Euclides da Cunha na ABL (1907);
- 25 - Zeverissimações ineptas da crítica (1909);
- 26 - Da crítica e sua exata definição (1909);
- 27 - Provocações e debates (1910);
- 28 - Quadro sintético da evolução dos gêneros na literatura brasileira (1911);
- 29 - Minhas contradições, com prefácio de Almáquio Dinis (1914);
- 30 - Trechos escolhidos, seleção e prefácio de Nelson Romero (Nossos clássicos, 25; 1959);
- 31 - Sílvio Romero: teoria, crítica e história literária, com introdução de Antônio Cândido (1978).

FONTE: Academia Brasileira de Letras. **Sílvio Romero**. Disponível em: <<http://www.academia.org.br/abl/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=153&sid=196>>. Acesso em: 20 mar. 2014.