

Programa de auditório como uma prática cultural: gosto de classe, hierarquia simbólica e legitimidade cultural

Maíra Muhringer Volpe

Pesquisadora Colaboradora Júnior e Bolsista Pós-Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Processos de Desenvolvimento Humano e Saúde (PG-PDS) - Instituto de Psicologia/UnB. É Mestra e Doutora em Sociologia pela FFLCH/US.

Há uma permanência na história da televisão no Brasil dos programas de auditório. Apesar de diferentes conteúdos e roupagens, desde as primeiras gravações até hoje, esse tipo de emissão continua atraindo um público, nas palavras de Maria Celeste Mira, “popular, ruidoso e feminino” (1995, p.190). Ao estudar uma versão particular desses programas – na qual histórias íntimas de

Programa de auditório como uma prática cultural

peças comuns são comentadas no palco por profissionais “psi” – deparei-me, nos anos 2010, com um universo semelhante.³⁶

Casos de Família (SBT) e *Márcia* (Bandeirantes), que tematizam os mais diferentes conflitos familiares, desentendimentos com vizinhos e amigos, são versões brasileiras de um formato que também orienta produções na TV e na rádio, não apenas na América Latina, mas também nos Estados Unidos e na França.

As plateias comandadas por Christina Rocha e Márcia Goldschmidt são compostas majoritariamente por mulheres, vindas de certo grupo social, e a associação com esse universo popular e feminino é considerada “natural”, tanto pelos produtores quanto pelas próprias participantes das plateias. Pode parecer curioso à primeira vista que, em outro suporte, para a rádio, um programa de auditório que também traz depoimentos para serem comentados por um psicoterapeuta tenha mais legitimidade cultural em relação aos da televisão aberta, ou seja, ele não está imediatamente associado a esse universo. Uma frequentadora assídua das gravações de *No Divã do Gikovate* (Rádio CBN), realizadas no Teatro Eva Herz, no interior da Livraria Cultura da Avenida Paulista, em São Paulo, referiu-se às duas emissões de TV mencionadas acima como “um Gikovate com *downgrade*”.³⁷

Pesquisas no campo da Sociologia da Cultura (MEHL, 1996; ILLOUZ, 2008, 2011) apontam para uma maior aceitação social da exposição de sofrimentos e conflitos na configuração social atual, relacionada à difusão do discurso terapêutico pela indústria cultural. Elas sugerem que emissões em TV e em rádio, assim como filmes, livros e revistas, ajudam a divulgar uma “cultura psi”, como um modo de o grande público ter acesso à atuação de psicólogos (e

³⁶ Essa percepção é partilhada por outra pesquisadora, cuja investigação a respeito do universo das empregadas domésticas também abarcou gravações de programas de auditório. Ver Macedo (2013).

³⁷ Vale destacar que trechos curtos das entrevistas realizadas, palavras ou expressões ditas pelos entrevistados, serão citados com aspas no corpo do texto.

Programa de auditório como uma prática cultural

outros profissionais “psi”).³⁸ As produções do SBT, Bandeirantes e CBN citadas poderiam, portanto, ser consideradas versões brasileiras divulgadoras do discurso terapêutico; no entanto, mesmo tendo conteúdos semelhantes, não desfrutam da mesma legitimidade. O programa de rádio é um bem cultural mais legítimo do que os da televisão, isto é, ele não partilha do mesmo rebaixamento atribuído às emissões televisivas.

Se a participação nas plateias for considerada uma prática cultural e seus frequentadores tidos como consumidores de um conjunto de bens simbólicos, é possível perguntar, tendo o gosto de classe como chave interpretativa, as motivações dessas pessoas que vão às emissoras de TV e ao teatro para consumir – e ainda para ajudar a produzir – tais bens. Quais valores, constrictões e recompensas as orientam, dadas suas posições no espaço social? Quais são as formas de apropriação desses bens culturais? Por que (especialmente a plateia da TV) aceita integrar programas malvistas não somente por críticos, como também por parte do grande público?

A intenção aqui não é responder de maneira definitiva essas questões, mas, a partir de alguns dos resultados de minha tese de doutorado³⁹, pretendo, de um lado, tecer considerações a respeito das condições em que são produzidos esses consumidores e seu gosto, e, de outro, refletir acerca da construção de uma hierarquia simbólica entre esses diferentes bens culturais a fim de apontar a imposição de um princípio cultural de um grupo em relação a outro. Em outros termos, algumas representações e ideias são consideradas (naturalmente) dominantes. Nesse sentido, poder-se-ia fazer referência ao conceito de violência

³⁸ A “cultura psi” diz respeito, segundo Mehl, à ampliação e à diversificação da abordagem psicológica. Diferentes bens culturais veiculam o discurso terapêutico ao grande público, fornecendo explicações, conselhos e esquemas práticos de como agir.

³⁹ Intitulada *O Divã no Palco: discurso terapêutico, indústria cultural e produção de bens culturais com pessoas comuns* (2013), minha tese foi realizada no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade de São Paulo, sob a orientação da Profa. Dra. Irene de Arruda Ribeiro Cardoso, com o auxílio de uma bolsa de doutorado do CNPq e outra PDEE (CAPES), para o período do estágio doutoral na EHESS, em Paris.

Programa de auditório como uma prática cultural

simbólica de Bourdieu.⁴⁰ É uma violência relacionada à imposição dissimulada e legítima de um arbitrário cultural, “que se exerce com a cumplicidade tácita dos que a sofrem e também, com frequência, dos que a exercem, na medida em que uns e outros são inconscientes de exercê-la ou de sofrê-la” (1997, p.22).

Os grupos estudados – frequentadores da plateia da TV e do teatro (onde o programa da CBN é produzido) – abarcam pessoas heterogêneas; porém, quando contrastados, é nítida a diferença entre as condições econômicas e sociais de ambos.⁴¹ O gosto, como sugere Bourdieu (1983, 2007), não é uma atribuição individual ou inata: ele está relacionado ao nível de instrução e à origem social, ou seja, ao volume e à distribuição de capital econômico e cultural dos agentes sociais. Desse modo, os gostos e os estilos de vida desses dois grupos, o consumo de bens e de práticas culturais, como ressaltado adiante, são distintos e produtores de distinção.

O público do teatro: frequentadores de “No Divã do Gikovate”

A sua pesquisa vai ficar espalhada, porque é muito diferente o público de um e de outro. Não tem nada ver. Nada a ver! São pessoas de outra classe social, outra mentalidade, outra idade, vai ficar bem, bem... Diversificado. (MAURÍCIO, entrevista, 30/4/2010)

⁴⁰ Nas palavras do autor: trata-se de uma “violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou, mais precisamente, do desconhecimento, do reconhecimento ou, em última instância, do sentimento. Essa relação social extraordinariamente ordinária oferece também uma ocasião única de apreender a lógica da dominação, exercida em nome de um princípio simbólico conhecido e reconhecido tanto pelo dominante quanto pelo dominado, de uma língua (ou uma maneira de falar), de um estilo de vida (ou uma maneira de pensar, de falar ou de agir) e, mais geralmente, de uma propriedade distintiva, emblema ou estigma, [...]” (BOURDIEU, 2002, p.3-4).

⁴¹ A pesquisa empírica que dá base a presente reflexão compreendeu não somente entrevistas com participantes do palco e da plateia, produtores, apresentadores, psicólogos, entre outros profissionais, dos três programas, como também observações feitas durante as respectivas gravações. Em relação às emissoras de TV, somente no SBT tive permissão para acompanhar as filmagens também na coxia, além da plateia. Foram feitas no total cerca de 70 entrevistas entre 2009 e 2011, sendo destacadas aqui aquelas realizadas com integrantes dos três auditórios. De acordo com a sugestão dos entrevistados, entre os frequentadores da plateia de *No Divã do Gikovate*, as conversas aconteceram em sua maioria em espaços públicos, como cafés, enquanto as realizadas com frequentadores das plateias na TV, em suas casas. Alguns dos comentários tecidos nas próximas seções estão referidos às observações feitas nesses encontros.

Programa de auditório como uma prática cultural

Como bem ajuíza o entrevistado Maurício⁴² - um auditor geral de 46 anos e divorciado – o público que frequenta as gravações no Teatro Eva Herz é distinto daquele da televisão. No teatro, trata-se de um público com um maior capital econômico e cultural, permitindo traçar um estilo de vida diferente daquele experimentado pelo outro grupo.

Ao comentar o gosto pelos programas, os entrevistados mencionaram outros bens e práticas consumidos cotidianamente, ressaltando, portanto, alguns aspectos que distinguem o consumo cultural de ambos.

Embora muitas vezes não possua formação na área da saúde ou, mais especialmente, na área “psi”, o público pesquisado do Dr. Gikovate interessa-se por temas relacionados a ambas, buscando algum tipo de conhecimento nesses campos, donde o consumo de diferentes bens culturais – emissões de rádio, livros, colunas em jornais e revistas, palestras, filmes. Alguns até mencionam uma afinidade de longa data com essas áreas, desde o período em que escolheram sua formação no ensino superior. Outros fazem referência a uma busca recente.

Silvia é uma assídua participante das gravações. Aos 63 anos, formada em Jornalismo pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, trabalha como secretária num escritório próximo ao Conjunto Nacional. Ela deixa seu carro no estacionamento do prédio onde trabalha e caminha pelo bairro Jardim Paulista para chegar ao teatro. Na maioria das vezes vai acompanhada por sua irmã, Cristina, e uma amiga, Aurora, ambas já aposentadas, viúvas, sem filhos e poucos anos mais velhas. Como Silvia, elas também cursaram o ensino superior e trabalharam fora. Ambas residem relativamente próximas do local das gravações, uma na Vila Nova Conceição e outra em Higienópolis.

Tal qual a irmã, Cristina sempre trabalhou como secretária executiva. Após se graduar em Relações Públicas, na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), cursou por três anos Comunicação Social na mesma instituição, porém não se formou. Já Aurora, além da graduação em Letras na

⁴² O nome de todos entrevistados foi modificado para evitar que fossem identificados.

Programa de auditório como uma prática cultural

Universidade Presbiteriana Mackenzie, é formada em inglês pela Cultura Inglesa, tendo sido professora de português e inglês em escolas particulares e, também, secretária executiva. Ela é uma entre os entrevistados que afirmou ter desejado estudar medicina. Na época do vestibular, porém, com o falecimento do pai, precisou conciliar seus estudos e trabalho, o que a impediu de seguir essa formação.

Participar da gravação é uma entre outras atividades que elas fazem nos momentos de lazer: frequentam ainda, no mesmo teatro, a gravação de outra emissão da CBN, *Fim de Expediente*;⁴³ costumam ir ao cinema “na região da Paulista”, a concertos musicais realizados no Museu da Casa Brasileira, no Jardim Paulistano, e na Sala São Paulo, em Campos Elísios.

As três já tinham familiaridade com a produção e a trajetória do Dr. Gikovate, quando a emissão da CBN foi ao ar.⁴⁴ Aurora e Cristina encontravam-se com ele nas idas ao cinema – “ele ainda tinha cabelos pretos e era gordinho”, indicando o longo tempo que o conhecem.

A jovial secretária Silvia tomou conhecimento da obra do psicoterapeuta a partir de seus escritos semanais na *Folha de S.Paulo* (FSP), ainda na década de 1980.⁴⁵ Naquele momento, ela começava a repensar seu casamento. Algum tempo depois, separou-se. Desde então, vive com sua única filha (que, atualmente, é adulta e trabalha), fruto desse relacionamento. Elas moram num apartamento na região do aeroporto de Congonhas, no Campo Belo. Diz a entrevistada:

⁴³ *Fim de Expediente*, apresentado por um escritor, um ator e um economista (respectivamente, José Godoy, Dan Stulbach e Luiz Gustavo Medina), é veiculado nas noites de sexta-feira pela CBN e, desde 2007, possui o formato “com plateia”, isto é, tal qual o programa do Dr. Gikovate, ele é realizado no Teatro Eva Herz. Essa gravação, entretanto, ocorre mensalmente e é transmitida ao vivo.

⁴⁴ *No Divã do Gikovate* estreou em agosto de 2007 e é ainda produzido, assim como *Casos de Família*, veiculado desde 2004 com algumas modificações e breves interrupções nesse período. Já *Márcia* foi ao ar entre 2007 e 2010.

⁴⁵ A entrevistada parece confundir os jornais, pois afirma que lia sua coluna em *O Estado de S.Paulo*. A coluna da FSP foi publicada entre 1980 e 1984, de acordo com o site oficial do psicoterapeuta (Disponível em: <<http://flaviogikovate.com.br/curriculo/em-portugues/>>. Acesso em 1/6/2016).

Programa de auditório como uma prática cultural

Quando você lê alguma coisa de alguém que você acha interessante, que levanta uma polêmica, você acompanha. Uma forma de eu acompanhar o Gikovate era ler as colunas dele. Eu me lembro de uma dessas colunas que ele escreveu era sobre o tal príncipe encantado, que ele voltou num desses livros. É que todo mundo acha que quer um príncipe encantado. No final, esse príncipe não é tão encantado assim. [...] na época que eu comecei a ler Gikovate, foi uma época em que eu comecei a repensar o meu casamento. Como eu gostava das coisas que ele escrevia, eu lia cada vez mais. (SILVIA, entrevista, 11/5/2010)

As leituras das colunas do Dr. Gikovate, de alguma forma, ajudaram-na a refletir sobre sua vida conjugal. De maneira introspectiva, amadureceu a ideia da separação. Ela lembra que não comentava com pessoas próximas o que estava acontecendo em seu casamento, tampouco fez uma psicoterapia (análise), como seus colegas do escritório (que se separavam no mesmo momento) porque estava com uma condição financeira difícil durante a separação. Assim, ela encontrava nesses artigos e em filmes “uma catarse”. Silvia menciona ainda um “livro de autoajuda”, lido nesse período:

Livro de autoajuda eu só li um até hoje e quando eu fechei, disse: ‘não me serviu para nada’. Era um livro que, na época que me separei estava muito na moda, era... Como era o nome? Não sei o quê das borboletas. Era uma americana que tinha casado com um executivo e tal, ela se separou, já estava com 45 anos e ficou desgostosa, teve que retomar a vida. Não serve isso para mim. Nunca parei de trabalhar. Eu falo até hoje para a minha filha. Hoje, o melhor marido é um bom emprego. (SILVIA, entrevista, 11/5/2010)

Ainda que não se identificasse com a autora do livro, essa e outras leituras proporcionavam-lhe material para repensar sua relação com o marido na época e sua própria condição feminina (de mulher, esposa, divorciada, secretária, mãe etc.). Para Silvia, os comentários do psicoterapeuta chegaram por suportes diferentes, sendo o programa de rádio somente um deles. Trata-se de um entre outros bens culturais que trazem conselhos e orientações em emissões de rádio, colunas de jornal, livros, filmes.⁴⁶

⁴⁶ Illouz (2008) aponta essa mesma circulação do discurso terapêutico – essas orientações que permitiriam aos seus consumidores identificarem-se e refletirem sobre suas vidas – pelas diferentes indústrias culturais estadunidenses (televisão, cinema, imprensa escrita, mercado editorial).

Programa de auditório como uma prática cultural

Os artigos do Dr. Gikovate publicados na mídia impressa ainda integram, para essa entrevistada, seu leque de leituras cotidianas, das quais faziam parte, no momento da entrevista, a FSP e a revista *Veja*, especialmente as colunas da escritora Lya Luft e da psicanalista Betty Milan, os sites de notícias UOL e Terra. Constituem esse repertório, os noticiários veiculados pelas rádios CBN (da qual citou os comentários de Lucia Hipólito, Arnaldo Jabor, Max Gehringer e Mauro Halfeld) e Jovem Pan, ouvidas por ela em seu trajeto de carro entre a casa e o escritório, de manhã e à noite.

Silvia, assim como outros entrevistados, aprecia os comentários de especialistas que atuam de maneira semelhante a do Dr. Gikovate, porém tratam de assuntos pertencentes a outras esferas da vida social. Eles comentam e fornecem explicações – a respeito da política brasileira e internacional, de fatos (extraordinários) que aconteceram no mundo, de relações profissionais, de investimentos no mercado financeiro –, em algumas situações, sugerem como a pessoa deve agir.

O consumo de bens culturais semelhantes aos produzidos pelo Dr. Gikovate é, portanto, uma atividade comum aos frequentadores do teatro. Um engenheiro de 35 anos, solteiro e sem filhos, residente à Vila dos Remédios, costuma acompanhar a programação oferecida pelo Centro Cultural e de Estudos Superiores Aúthos Pagano, relativamente próximo de onde mora, no Alto da Lapa⁴⁷ – “Eles têm um café filosófico lá, aos sábados à tarde. Eles gostam de falar de Carl Rogers,⁴⁸ Platão, essas coisas” (LUCAS, entrevista, 1/5/2010), referindo-se ao formato veiculado pela TV Cultura, no qual especialistas de diversas áreas –

⁴⁷ Para informações sobre as atividades desse instituto, mantido pela Secretaria de Estado da Cultura do Estado de São Paulo e administrado pela Organização Social de Cultura Instituto Pensarte, ver o site “Centro Cultural e de Estudos Superiores Aúthos Pagano”. (Disponível em: <<http://www.centroculturalauthospagano.org.br/>>. Acesso em: 1/6/2016).

⁴⁸ Carl Rogers, fundador da “psicologia humanista”, foi um dos profissionais mencionados por Eva Illouz responsável por divulgar nos Estados Unidos a teoria freudiana. Seus livros, segundo Illouz circulavam entre leitores especializados (outros profissionais da psicologia) e o grande público (cf. ILLOUZ, 2008, p. 159 e ss.). Trata-se de um profissional com uma atuação, *mutatis mutandis*, semelhante a do Dr. Gikovate, pois o brasileiro também tem sua produção voltada ao grande público. Ademais, ambos defendem, a partir de abordagens distintas, o desenvolvimento individual por meio do autoconhecimento, sendo este alcançado ou por meio da apropriação de um saber ou por meio de psicoterapia.

Programa de auditório como uma prática cultural

sobretudo filósofos, psicólogos e psiquiatras – discorrem a respeito de um tema contemporâneo para, em seguida, abrir uma discussão com a participação do público presente.⁴⁹ Esse entrevistado frequenta também o Teatro Eva Herz, para assistir a peças teatrais, e outras unidades da Livraria Cultura, especialmente a do Shopping Villa-Lobos, na qual gosta de acompanhar eventos “voltados à psicologia”. Segundo Lucas, “eu me interessou muito, leio muito sobre assuntos relacionados à psicologia, à filosofia. Então, por exemplo, se tivesse alguma coisa hoje, ele [Gikovate] de novo aqui [no Teatro Eva Herz], eu iria participar” (entrevista, 1/5/2010).

A engenheira química, Lívia, de 36 anos, também busca aprendizado quando vai ao teatro. No momento em que foi entrevistada estava desempregada, não possuía filhos e tinha terminado um relacionamento de nove anos; entretanto, quando ainda trabalhava como gerente de produção numa empresa na Vila Leopoldina (na qual permaneceu dez anos), ao voltar para casa em São Bernardo do Campo, costumava parar no Conjunto Nacional e acompanhar as gravações. Diz ela,

Não estou ali no auditório para ouvir a palestra do Gikovate porque ele é legal. Não. Eu quero aprender. Se não for para aprender eu nem vou. Acho que a gente tem tão pouco tempo para aprender que quando eu posso, eu quero aprender. Quero que me traga algum conteúdo, senão descarto rapidinho. (LÍVIA, entrevista, 20/4/2010)

A entrevistada parece tentar empregar seu tempo livre em atividades que lhe renderiam “aprendizagem” – ela procura as “palestras” do psicoterapeuta por lhe proporcionarem “conteúdo”. Ela frequenta outros eventos na livraria – outras “palestras” – e espaços diferentes, como o de “Reinaldo Polito”, a fim de “complementar seu conhecimento” e “desenvolver uma habilidade”. Com tais atividades, procura se aproximar da psicologia e de “temas na área de humanas”.

⁴⁹ Essa emissão tem sua origem, no Brasil, na Livraria Cultura, entre o final dos anos 1990 e início dos 2000. Olgária Matos, atualmente professora titular aposentada do Departamento de Filosofia da Universidade de São Paulo e professora titular da Universidade Federal de São Paulo, foi uma das primeiras a participar desses encontros. Posteriormente esse formato foi para a televisão, sendo veiculado pela TV Cultura.

Programa de auditório como uma prática cultural

É notável a instrumentalidade de sua busca: um tempo investido e “aprender” algum “conteúdo” como retorno.

Por exemplo, têm muitos caras de autoajuda que dão palestras. Eu venho quando dá. Já vim ver shows gratuitos, tem uns gratuitos bem legais. Lançamento de algum livro. Como eu recebo [a programação mensal da livraria] eu vejo ‘ah, esse livro parece legal’, tem uma palestra sobre ele? Eu venho. Se a exposição do autor for realmente legal, vale a pena, eu compro. É uma compra até mais correta e mais fundamentada. Sempre temas que me agradam. [...] Eu gosto muito dessa área de psicologia, apesar de não ser da área de humanas [...] sempre que tem temas na área de humanas eu venho para complementar o meu conhecimento. Desenvolver uma habilidade que talvez eu não tenha desenvolvido tanto. Gosto bastante dessa área, história, sociologia, até porque seria um tédio vir para uma palestra de exatas. Nem tem, não existe [...]. Hoje de manhã fui a uma palestra no Reinaldo Polito, que foi do Simon Franco. Foi legal, ele é um *headhunter*. Tudo que envolve pessoas me interessa bastante. (LIVIA, entrevista, 20/4/2010)

O espaço “Reinaldo Polito” tanto abriga as palestras e os cursos ministrados pelo próprio Polito, “Professor de Expressão Verbal”, quanto os de outros especialistas. Simon Franco, chamado pela entrevistada de “caça talentos”, foi um deles.⁵⁰ Pode-se dizer que ambos atuam no “mundo corporativo” e são especialistas, *grosso modo*, em “relações interpessoais” no trabalho. Ensinam como as pessoas podem se desenvolver, em diferentes aspectos, a fim de ter bons resultados na carreira profissional. Por meio de conteúdos distintos daqueles mobilizados pelo Dr. Gikovate, nomeados de modo abrangente como pertencentes ao campo da administração, os três profissionais desempenham uma atuação semelhante na medida em que, pela via de orientações e conselhos oferecidos em suas palestras e livros, tentam ajudar seus espectadores, leitores e ouvintes a alcançarem um “bom desempenho”, “sucesso” ou “felicidade”, seja no mundo do trabalho, seja no da família. Fornecem, para tanto, modelos, roteiros práticos de como agir a fim de se atingir os objetivos perseguidos.

⁵⁰ Para mais informações, ver os sites: “Reinaldo Polito” (Disponível em: <<http://www.polito.com.br/portugues/default.php>>. Acesso em: 25/4/2013) e “Simon Franco Solução Inteligente” (Disponível em: <<http://www.simonfranco.com.br/Site/Paginas/index.html>>. Acesso em: 25/4/2013). Nos sites indicados, é possível contratá-los para ministrar palestras e cursos, para uma pessoa ou um grupo, bem como adquirir seus livros.

Programa de auditório como uma prática cultural

Entre as atividades cotidianas de Lívia, figura uma emissão semanal em áudio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), na qual são veiculados resultados de pesquisas financiadas pela instituição.⁵¹ Sobre essa emissão (via *podcast*), ela afirma:

É tudo no ramo da ciência, têm temas que são bem complicados, você fala ‘como o cara pensou nisso?’, mas tudo bem. É bem legal saber que alguém pensou naquilo. Se você for ver é um nível, não é qualquer um para ouvir aquilo. Não ia entender nada. Tem que prestar atenção, porque usa muito termo técnico. (LÍVIA, entrevista, 20/4/2010)

Lívia quase não assiste à televisão, pois, mesmo tendo acesso aos canais pagos, costuma baixar emissões norte-americanas (sobretudo *talkshows* com atrações musicais) e as vê em seu computador para treinar inglês. Ela gosta dos programas *CQC* (Bandeirantes) e *Happy Hour* (GNT), bem como do seriado *Lie to me*. Afirmou ainda que costumava escutar, quando ia dirigindo ao trabalho, as rádios *CBN* e *Eldorado*, além de já ter participado da gravação de *Fim de Expediente*.

Outra entrevistada, a amiga de Silvia, citou produções escritas de psiquiatras, voltadas ao grande público, que também apreciava ler – José Angelo Gaiarsa, Paulo Gaudêncio e Guido Palomba. Os dois primeiros estudaram – tal qual Dr. Gikovate – na Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo. Os três mencionados por Aurora são autores de muitos livros, sendo que Gaiarsa e Gaudêncio voltaram-se à divulgação,⁵² enquanto que o psiquiatra forense Palomba produziu artigos e livros cuja circulação é mais científica e formal, no sentido de ser dirigida aos pares médicos e juristas. Diz Aurora:

Eu gosto de tudo o que é psiquiatria, psicanálise. Isso sempre me chamou a atenção. E os livros dele [Gikovate] sempre me chamaram a

⁵¹ Vale chamar a atenção para a importância que essa moça dava ao aprendizado e à sua formação. Depois da graduação, fez dois cursos de especialização (MBA's), um na Fundação Getúlio Vargas (FGV) e outro no Centro Universitário da Faculdade de Engenharia Industrial (FEI), ambas em São Paulo, além de falar inglês e alemão. Ela foi a primeira a responder positivamente o convite de ser entrevistada nesta pesquisa.

⁵² Em sua trajetória, Gaiarsa também teve uma participação no programa *Dia-a-Dia* (Band), entre 1983 e 1993, no qual respondia a perguntas de telespectadores (cf. “Morre em São Paulo o psiquiatra José Angelo Gaiarsa”. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/815615-morre-em-sao-paulo-o-psiquiatra-jose-angelo-gaiarsa.shtml>>. Acesso em: 26/4/2013).

Programa de auditório como uma prática cultural

atenção. Eu li muito, às vezes em biblioteca, às vezes na própria livraria, às vezes eu compro. Os livros dele eu acho deliciosos. [...] Eu o conheci pelos livros há muitos anos. Se bem que ele também escreve em algumas revistas e jornais. Na Folha [de S.Paulo] e no Estado [de S.Paulo], às vezes, têm artigos dele... Não é sempre, pois não é um colunista contratado. Esporadicamente sai um artigo dele de que eu gosto de ler. Não é só dele, há vários outros psicanalistas e psiquiatras de que eu gosto: o Angelo Gaiarsa, o Paulo Gaudêncio, o Guido Palomba... Quando é psiquiatra eu gosto. (AURORA, entrevista, 4/6/2010)

O público do Dr. Gikovate consome variados bens culturais que integram essa “cultura psi”: livros, jornais e revistas, “eventos” em livrarias – lançamentos de livros, palestras, gravações de programas de rádio, peças de teatro –, emissões do estilo “café filosófico”, cursos, filmes, além de frequentar equipamentos culturais como museu e sala de concerto. A possibilidade de circulação na cidade – por seus bairros mais centrais – permite aos entrevistados acessar e consumir, individual ou coletivamente, tal repertório. É um público que frequenta espaços de trocas de conhecimento e de formação intelectual informal (para aqueles que já cursaram o ensino superior e estão fora de seu circuito formal de “eventos acadêmicos”).

A emissão da CBN ajuda a compor, portanto, um leque amplo de bens, que o grupo precisa dispor de capital (não somente econômico, mas também cultural) para se apropriar. É interessante pensar na distância social que separa este grupo daquele da TV, feminino e popular, excluído não somente da propriedade dos instrumentos de produção, como também nos termos de Bourdieu (1983, p.99-103) dos instrumentos de apropriação simbólica dos bens e práticas culturais considerados legítimos. Nesse sentido, há um “desapossamento cultural” deste segundo grupo, ou seja, há o consumo de bens rebaixados na hierarquia simbólica como veremos a seguir.

Fazer a plateia na TV: as integrantes da caravana

A organização em caravanas da plateia nos programas de televisão chama a atenção mesmo daqueles pouco familiarizados com esse universo. Elas fazem parte de uma complexa produção que envolve profissionais formalmente

Programa de auditório como uma prática cultural

contratados (desde os apresentadores, passando pelos produtores e operadores de câmeras) até informais (dedicados a ajudar os produtores a encontrar tanto convidados para o palco, quanto aqueles voltados a compor o auditório). É dado enfoque, nesta reflexão, às profissionais informais que não só consomem, mas também são fundamentais no processo de produção das emissões: as “caravanistas” (responsáveis por arregimentar o grupo) e as “integrantes das caravanas”, chamadas por Maria Celeste Mira de “telemoças” (1995, p.53). Elas são, de acordo com as caravanas aqui pesquisadas, sobretudo, mulheres de meia idade, já fora do mercado de trabalho, com baixa escolaridade e residentes em bairros periféricos da cidade de São Paulo e região metropolitana. Para o desempenho dessas funções – organizar o grupo para levá-lo à gravação e participar da plateia –, recebem uma remuneração das emissoras ou em bens materiais (entre eles, dinheiro) ou simbólicos.

Sem esmiuçar as diferenças dessa produção com emissões diárias para a TV daquela da rádio, vale ressaltar somente um aspecto da produção da plateia: os participantes do palco de *No Divã do Gikovate* têm “livre” acesso, em grupo ou individualmente, à livraria e ao teatro. Em outras palavras, são espaços “abertos” a qualquer um que possua “competência cultural”, nos termos de Bourdieu (2007), e os instrumentos de apropriação simbólica legítimos.

Ter como prática cultural a ida a programas de auditório é significado de muitas maneiras pelas integrantes da caravana. Em certa medida, julgam que sua atividade é malvista, pois abarcaria (aos olhos daqueles apartados de seu processo de produção) pessoas “desocupadas”, “coisa de vagabundo”. Ao contrário, para elas, como possuem outras atividades tanto familiares e domésticas quanto profissionais, seria, além de um momento de diversão e de distanciamento da realidade, uma forma de sacrifício – “Você vê lá o auditório alegre, feliz, você não sabe o que se passou antes para chegar até lá”, afirma Carla, 55 anos e há quase vinte integrante de caravana. (entrevista, 2/2/2011)

Programa de auditório como uma prática cultural

Elas participam sem deixar de cumprir o que lhes parece ser de sua responsabilidade – o marido, os filhos, a casa e o trabalho (remunerado, realizado fora do espaço doméstico). Lourdes é agora aposentada, porém, quando trabalhava como inspetora de alunos numa escola da rede pública na Grande São Paulo, conseguia conciliar diferentes esferas – a maternidade (o cuidado de dois filhos), a vida profissional, o casamento, as atividades domésticas – e um momento de lazer compartilhado com amigas. Diz ela:

Durante o tempo que eu estava trabalhando, de vez em quando ela mandava a Arlete me chamar, e de vez em quando eu ia [participar das gravações]. Dava um cano na escola, ia durante o dia, depois trabalhava das 15 às 23h. A escola é aqui pertinho. Ia aos programas de manhã, chegava à tarde e ia trabalhar. Mas sempre deixando a casa mais ou menos em ordem e os filhos também. (entrevista, 1/4/2011)

Não são apenas os programas de auditório aqui estudados e seus participantes os mal vistos pelo grande público. Desde o início da televisão brasileira, esse meio é tratado com desconfiança. Bergamo lembra que dois anos após a inauguração da TV Tupi, em 1952, a Revista *Manchete* publicou uma nota em sua coluna “O Mundo em Manchete”, definindo a televisão: “um invento que permite a pessoas que não têm nada para fazer ficarem olhando para pessoas que não sabem fazer nada” (Revista *Manchete*, Editora Bloch, nº 30, 15/11/1952). Segundo Bergamo, seus profissionais foram considerados, “durante muito tempo, como lixo cultural e ideológico” (2005, p. 17). Essa visão é até hoje compartilhada e se estende àqueles que ajudam a produção (formal ou informalmente), sobretudo, no que se refere aos programas de auditório. Maria Celeste Mira (2010), ao fazer uma história desse tipo de produção, relaciona sua falta de prestígio à baixa qualidade de suas produções e ao seu caráter popular.⁵³

⁵³ A baixa qualidade da programação na TV é frequentemente tema de reportagens na mídia impressa. Foi publicado na coluna do jornalista Maurício Stycer, no caderno Ilustrada da *Folha de S.Paulo*, um comentário a respeito do comprometimento dos diretores de emissoras (Globo, TV Cultura, Record e Band) que lançavam num evento, ocorrido em março de 2013, a nova grade de programação e o conteúdo de algumas emissões veiculadas naquele período. O colunista questionava justamente a possibilidade de “uma programação de qualidade” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/mauriciostycer/1254759-o-anao-do-gugu-e-outras-historias.shtml>>. Acesso em: 1/4/2013).

Programa de auditório como uma prática cultural

Para se contraporem a esse sentido pejorativo, as participantes elegem outros aspectos para se referirem à ida ao auditório. É uma oportunidade para se produzirem – vestirem roupas bonitas, diferentes das usadas cotidianamente, maquilarem-se e arrumarem os cabelos –, sentirem-se bem e reconhecidas. É, portanto uma atividade prazerosa, da qual elas sentem falta quando se ausentam. Neide, Raimunda e Jéssica – integrantes de uma caravana na Grande São Paulo – comentam quais os motivos que as fazem participar: “porque eu gosto de me arrumar, eu gosto de por salto alto, por isso gosto de ir lá. Gosto de me sentir bem e aparecer.”; “a gente fica com a autoestima bem lá em cima, porque se você não vai para lugar nenhum, não se apresenta em lugar nenhum...”; “a nossa família que mora longe, vê e ‘ah, eu te vi na televisão’” (entrevista, 25/1/2011). Participar de gravações é mais do que ir aos auditórios: é, nas palavras de Raimunda, “apresentar-se”, isto é, não apenas se mostrar produzida num universo valorizado por elas e, em alguma medida, por seu entorno, como também ser reconhecida por sua rede nessa inserção.

A visibilidade gerada pela televisão faz com que parentes distantes consigam revê-las, além de serem reconhecidas pela vizinhança.⁵⁴

Nossa, eu não sabia que tinha essa repercussão, a família comenta, os vizinhos...

Jéssica - Vixe, todo mundo.

Neide - Aqui todo o mundo me conhece. Nossa, se você falar quem é a moça que vai ao SBT? Quem é a mulher de programa? [risos] É aquela ali. Todos no bairro me conhecem. Todos no bairro dela a conhecem [apontando para Raimunda].

Raimunda - Tem gente que até me procura para eu ajudar: ‘menina, eu não sou nada, não sou ninguém, não sou o Silvio Santos’. ‘Mas minha mãe está precisando’...

Neide - Eles querem dar carta para a gente.

Jéssica - Eles acham que a gente tem acesso ao SBT, à Band... A gente só participa do auditório.

Raimunda - Mas é claro que a gente não tem!

Já receberam carta para levar?

Neide - Eu já.

⁵⁴ Nas entrevistas aqui transcritas, a fala da pesquisadora é grafada em itálico.

Programa de auditório como uma prática cultural

Raimunda - Eu não recebi, porque digo que posso dar o telefone para entrarem em contato, mas eu não sei fazer isso. Posso até levar, mas não vou garantir. Tem pessoas que são assim: você leva, eles estão confiando em você, achando que você pode fazer alguma coisa. Quem sou eu para fazer alguma coisa?

Jéssica - Quem não vai, não tem noção. Não sabe que a gente só vai para o auditório, para assistir ao programa. Acha que a gente tem acesso a tudo, ao apresentador, ao diretor. (NEIDE, JÉSSICA e RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011)

As integrantes da plateia são vistas diferentemente pelos vizinhos por frequentarem as emissoras, como se tivessem mais recursos para, de alguma forma, ajudá-los. É como se sua “rede de apoio social”, nos termos de Marques, fosse mais ampla.⁵⁵ E, em alguma medida, essa ampliação acontece: conhecem outras integrantes, vinculadas a caravanas de bairros diferentes, bem como profissionais contratados formalmente pelas emissoras. Ao fazer parte desse mundo social da televisão, a rede de sociabilidade aumenta, podendo eventualmente ser acionada para assuntos de emprego, saúde e temas do cotidiano. Carla, por exemplo, costura roupas de lã e as vende para o grupo da caravana.

Outros aspectos mencionados por essas três amigas – duas separadas com filhos, sendo uma na faixa dos cinquenta anos e outra dos quarenta, e a terceira, solteira, sem filhos, e com quase trinta anos –, foram a paquera e o relacionamento amoroso como atrativos para a ida às emissoras.

O “clima” nos momentos da não gravação – isto é, a espera fora do estúdio, o caminho percorrido em fila até ele, a outra espera, elas já nas cadeiras, os intervalos, e, por fim, a saída –, é também dedicado pelas “crianças” (moças) e “meninas” (senhoras)⁵⁶ a ver e se mostrar aos profissionais (seguranças,

⁵⁵ As redes de sociabilidade são centrais, segundo Marques e Bichir, “na mediação do acesso a bens e serviços obtidos em mercados e fora deles, como acesso a emprego, inclusive de melhor qualidade (emprego com carteira assinada), obtenção de apoios e auxílios sociais, presença de maior ou menor precariedade social e obtenção de rendimentos monetários” (2011, p. 66).

⁵⁶ “Crianças” e “meninas” são termos usados pelos profissionais do palco (responsáveis por distribuir as mulheres nas cadeiras da plateia e animá-las durante a gravação, pedindo palmas ou outra manifestação considerada adequada) para se referir às integrantes da caravana. Essa classificação dos próprios agentes sociais, ao apontar uma diferença etária entre as participantes, explicita o maior e o menor acesso à visibilidade (aquelas que ocupam cadeiras mais ou menos

Programa de auditório como uma prática cultural

operadores de câmera, assistentes de produção, motoristas, entre outros). Elas conversam com os rapazes, fazem brincadeiras, e eles respondem com o mesmo entusiasmo. O “clima” é descontraído, homens e mulheres trocam olhares, flertam, namoram.

Raimunda - Eu adoro estar lá. [...] É muito legal!

Jéssica - Isso é legal, porque a gente arruma paquera. Como a gente vai sempre, a gente arruma paquera.

Neide - Eu vi que você até beijou um cara lá no banheiro. [risos]

Mas quem? Ele também vai para o auditório?

Jéssica - Não, que já trabalha nas emissoras. Geralmente de auditório também. Mas no SBT é um público bem feminino, são poucos os programas que têm [homens na plateia]...

Neide - Ih, filha, aqueles caras de câmera...

Jéssica - Exatamente! É que o tempo todo eles veem mulher.

Neide - Eles paqueram todo mundo. Se a gente der uma cordinha, a gente sai com todos. E são casados, solteiros, eles todos. Todos safados. É Record, SBT. São todos!

Raimunda - A corda cresce, menina! [risos]. (NEIDE, JÉSSICA e RAIMUNDA, entrevista, 25/1/2011)

Ir às emissoras é um motivo para sair de casa, distanciando-se ainda que por um momento das atividades de manutenção da vida doméstica, encontrar pessoas fora do círculo de parentesco e vizinhança, procurar e tecer relacionamentos amorosos, circular pela emissora (algo considerado prestigioso entre seus pares). Ademais, integrar uma caravana lhes permite comer com as amigas (um “lanche” é oferecido pela emissora como uma forma de recompensa pela presença na gravação), encontrar celebridades, conversar e dançar (nos intervalos da gravação ou quando o programa traz atrações musicais). Todos esses aspectos, mencionados em entrevistas, são considerados recompensas simbólicas para aquelas que frequentam emissões com baixo prestígio social.

Do ponto de vista das caravanistas, responsáveis por escolher, mobilizar e acompanhar a caravana na gravação, além de lazer e evasão, há os “cachês”,

próximas ao palco), bem como o envelhecimento social dessas mulheres: mais e menos valorizadas no mercado matrimonial e sexual, inseridas no mercado de trabalho etc.

Programa de auditório como uma prática cultural

remunerações financeiras por seu trabalho (informal).⁵⁷ Organizar e integrar uma caravana, no entanto, enseja ainda outros ganhos.

Para uma senhora de 52 anos, caravanista há quinze, seu trabalho lhe proporciona autonomia e independência financeira em relação ao marido: consegue viajar duas ou três vezes ao ano, economizando e pagando sozinha suas despesas, além de ajudar seus três filhos adultos (ainda que estudem e trabalhem). Ela menciona também, como uma vantagem, a flexibilidade que essa atividade possui, pois conseguiu ficar dois meses com o pai doente, na Bahia, e, logo que voltou, foi chamada novamente para levar uma caravana. “Lá dentro, elas gostam do meu trabalho” (JOANA, entrevista, 23/3/2011). Tem, portanto, um bom relacionamento na emissora e, sobretudo, trabalho reconhecido. No trecho da entrevista citada abaixo, destaca-se o peso da responsabilidade assumida pela caravanista ao aceitar levar um grupo – ela coloca seu trabalho como parte dependente de uma atividade maior, a produção do programa. Ela tem consciência de fazer parte de uma cadeia de produção, que, se rompida, pode prejudicar outros envolvidos, funcionários formais da emissora. A entrevistada afirma:

Também não posso ficar assim [parada]. O menino está aqui [seu neto passou a morar em sua casa], eu não vou parar para olhar. Eu era novinha quando comecei com esse negócio de televisão. Duas ou três vezes por semana eu estou na televisão. Quer dizer, se eu parar dentro de casa, eu fico louca, não posso ficar em casa parada. Já me acostumei. Já me habituei com a correria. Se eu parar... Nem penso! Minha mãe fica preocupada – ela passou dois meses aqui comigo –, diz que vou ficar doente. ‘Você corre demais’. A Rita [sua ajudante na caravana] é que sabe do meu jeito. [...] É uma responsabilidade muito grande. Quando é uma van, na Record, Rede TV!, Band, é van [15 pessoas]. Já no SBT, é ônibus. No mínimo 30 pessoas, 35. É uma responsabilidade, então, eu tenho que ficar preocupada com isso. Não vou prejudicar só a mim, vou prejudicar lá, o auditório vai ficar vazio? E vai sobrar para quem? Para a chefe que deu, ela trabalha lá para o SBT, é funcionária lá dentro. É uma responsabilidade dela. O auditório é responsabilidade dela. Lá, todo o auditório é de responsabilidade do Roque, mas ele tem o pessoal que trabalha nessa função de passar as caravanas. Ele é chefe delas. Tem que ter gente responsável para fazer isso. Senão, vai prejudicar elas lá, e a pessoa vai ficar sem serviço? Eu penso assim. (entrevista, 23/3/2011)

⁵⁷ Às caravanistas as emissoras pagam o “cachê”, isto é, um valor em dinheiro, por grupo completo levado à plateia, de acordo com o perfil exigido pela produção. Em 2011, o SBT remunerava suas caravanistas, ao final de um dia de gravação, com R\$ 250.

Programa de auditório como uma prática cultural

O trabalho realizado lhe assegura tanto tranquilidade material quanto psíquica. Além da remuneração em “cachê” – que lhe permite viajar e ajudar sua família –, o trabalho garantiria algo positivo para sua vida (“se eu parar dentro de casa, eu fico louca”, “Já me habituei com a correria”, “Se eu parar... Nem penso!”), nem mesmo com o neto morando em sua casa (como ela mesma coloca como um contraponto à sua decisão), pensa em deixar as gravações.

Ter como benefício a saúde psíquica foi mencionado por algumas entrevistadas. Carla, casada, mãe de dois filhos adultos, com o ensino fundamental completo, afirmou ser “uma terapia”, uma “distração”, que a impede de “deprimir”, “de perder o ânimo para fazer as coisas”:

Por que gosta de ir para as gravações?

Olha, é uma terapia. Eu já tive depressão, então, para mim, eu me esqueço de tudo quando estou lá. Acho que a maioria que vai... cada uma tem um problema. Por isso a gente vai às caravanas. Aí a gente fica mais unida, cada uma tem o seu problema, vai e se esquece de tudo. Quando você volta, vai voltando tudo também, vai caindo na real de novo. Mas é muito bom. Por isso a gente faz esse sacrifício. Passei muito mal de depressão, muito mal. [...] Faz uns quatro anos, eu acho. É assim: eu não posso parar de ir à caravana. Se eu parar, eu entro em depressão. Daí não quero mais sair de casa, só quero ficar aqui dentro. Não sei por quê. E ir à caravana, não, eu me distraio [...]. Às vezes, eu até paro de ir, e tem dia que meu marido fala ‘ah, precisa ir para as caravanas porque você está muito chata’. Eu me distraio muito. Muito mesmo. (CARLA, entrevista, 2/2/2011)

A colega de Carla na caravana diz algo semelhante. Ainda que cansativo, é como “uma terapia”, que “faz bem”:

Até na Praça, que eu gosto de ir, é cansativo. Você sai cedo, uma hora da tarde, mas chega lá, aquele ambiente fresquinho, desde que você entra não tem mais calor, o tempo todo é uma terapia. Já tem, né? A risoterapia. [...] Eu vejo na TV que faz bem para as pessoas. E lá a gente tem de graça e ainda ganha. Então, enquanto tiver eu vou! (CLARA, entrevista, 25/2/11)

As falas de Clara e Carla fazem coro a das outras entrevistadas, chamando a atenção para aspectos positivos da participação. Mencionam a questão da identificação com as histórias e a possibilidade de, então, se distanciar da realidade vivida. O dia a dia das gravações unifica o grupo, na medida em que lhe

Programa de auditório como uma prática cultural

é ofertado um repertório comum de narrativas, por meio dos depoimentos dos convidados do palco. Ao ouvi-las, as participantes se esquecem, por momentos, de suas vidas – como em uma peça de teatro ou num capítulo de telenovela (ALMEIDA, 2002); distanciam-se de seus problemas e se aproximam de outros.

Entre a caravanista e seu grupo é recorrente associarem as atividades que desenvolvem, de um lado, a uma “correria”, de “grande responsabilidade” em nome da qual abrem mão do cuidado de familiares (neto, filhos e marido); de outro, a uma “terapia”, “diversão”, que as ajudam a manter a saúde física (para aquelas que têm diabetes ou colesterol alto) e psíquica (que não as deixa deprimir, “perder o ânimo” ou que exercita a “mente”). Em outras palavras, é um momento somente delas, um intervalo na vida doméstica e familiar, vivenciado exclusivamente com as amigas e colegas de trabalho.

Dona Marlene e Clara: apropriações distintas do universo da produção televisiva

Dona Marlene nasceu no interior do Estado de São Paulo, numa cidade a menos de 200 km da capital. É analfabeta, viúva por duas vezes e mãe de oito filhos adultos. Hoje vive com uma irmã deficiente num bairro popular na região metropolitana, numa casa de quatro cômodos, no mesmo lote em que sua filha mais velha mora. Completou 71 anos em 2011 e é aposentada, tendo trabalhado como faxineira tanto em firmas quanto em “casas de família”, por dia e por mês. Há mais de dez anos, essa senhora integra uma caravana da região: já frequentou muitos programas e emissoras.

Sua participação foi relatada com entusiasmo por meio dos prêmios que ela, também sua filha e neta já ganharam. Foram prêmios em dinheiro e objetos, como garrafa térmica, celular, pulseira e anel. Também já levou cartas de terceiros, pedindo ajuda ao SBT, bem como enviou cartas suas. Quando perdeu os dentes, manifestou à emissora, por escrito, seu desejo de ganhar uma dentadura; mais recentemente, seu neto escreveu ao programa de Celso Portioli (apresentador de *Domingo Legal*, do SBT) solicitando uma reforma para a casa da avó. A primeira

Programa de auditório como uma prática cultural

delas voltou e a outra não foi respondida. Ao ser questionada se tentaria mais uma vez, respondeu negativamente: “Mas agora o Silvio Santos não está numa situação muito boa. Não dá para ficar mandando... só lá, né? No Gugu” (DONA MARLENE, entrevista, 26/2/2011), referindo-se à dificuldade financeira pela qual passou o Grupo Silvio Santos, entre 2010 e 2011, resultando na venda do Banco PanAmericano, e ao antigo apresentador do SBT que foi para a Record. Ao Gugu, sim, seria possível solicitar ajuda.

Em *A Sociabilidade do Homem Simples*, Martins analisa a carta de uma adolescente dirigida ao então Presidente da República Fernando Henrique Cardoso. Ela dizia ser “preta e feia”, mas seu sonho era ser “paqueta” da Xuxa – ou seja, uma auxiliar de palco, com relativa visibilidade, da apresentadora infantil que era loira, considerada bonita e amada por todos. Segundo o sociólogo, ela mostrava uma profunda ingenuidade quanto ao poder do presidente, como se ele pudesse pôr fim ao preconceito racial presente na sociedade brasileira; de outro lado, sua carta expressava o poder da televisão “na difusão de um imaginário que faz com que uma adolescente se veja e se considere feia porque não é loira [...]” (2011, p.37). Dona Marlene sabia do poder dos empresários e apresentadores Silvio Santos e Gugu Liberato e, numa postura ingênua análoga à da adolescente, acreditava que eles, pessoalmente, poderiam ajudá-la, se quisessem, ao tomarem conhecimento de suas necessidades, misturando, também nessa relação, esferas privada e pública: ser cidadão e ser pedinte.

Participar da caravana é uma atividade de lazer para Dona Marlene: ela se diverte na companhia das outras integrantes, suas amigas. Indagada por quais motivos gosta de participar, diz:

Por quê? Porque não tenho o que fazer, fico em casa o dia inteiro sem fazer nada, eu vou para a gravação. Bater palma, cantar, pular, dançar e bagunçar... Bagunçar não, eu vou cantar. Bato palma, canto e danço. Tem um programa em que a gente..., o Raul Gil, a gente antigamente cantava e dançava, a maior... É da hora! E para conhecer, filha. Conhecer os artistas, os cantores, tudo de pertinho. Só não pode pegar, mas dá para conhecer bem de pertinho. Nesses dias foi aquele homem lá da Tele Sena. Como é o nome dele? [...] Vi pessoalmente e na televisão. (entrevista, 26/2/2011)

Programa de auditório como uma prática cultural

Ao desconsiderar a possibilidade de pedir novamente ajuda ao Silvio Santos posta a dificuldade financeira do empresário-apresentador – bastante divulgada à época pela mídia – bem como ao afirmar que conhece artistas “bem de pertinho”, “só não pode pegar”, “pessoalmente”, Dona Marlene delineia sua proximidade do mundo televisivo e de seus personagens.

Dona Marlene é analfabeta e atualmente estuda numa associação próxima à sua casa, que doa leite aos aposentados. Ela é uma das beneficiárias. Quando está em casa, gosta de assistir aos programas de que participou, aos jornais e emissões que ensinam receitas culinárias; porém – por não conseguir anotá-las ou memorizá-las – não as prepara. Pouco tempo antes da entrevista, havia adquirido uma nova televisão para a sala, um modelo de tela de plasma, pois a antiga tinha queimado com as chuvas do início do ano. A casa de quatro cômodos (cozinha, sala e dois quartos) possuía três aparelhos de TV: um no quarto de Dona Marlene, outro no quarto de sua irmã e o modelo novo na sala. Este último, comprado a crédito por Dona Marlene no cartão da neta. Mensalmente ela a reembolsa.

Vale destacar o leite recebido por doação e o esforço para adquirir um novo aparelho de TV pela via do crediário, ou seja, há critérios que orientam seu consumo. Desse modo, vislumbra-se a importância e a centralidade da televisão no cotidiano dessa senhora. A antropóloga Ondina Fachel Leal – na análise a respeito dos entendimentos e das apropriações da novela das oito entre dois grupos sociais distintos (um formado pelas classes populares e outro pela classe dominante), localizados em lados opostos na estrutura social em relação a “posse e possibilidade de posse de bens simbólicos institucionalmente consagrados” (1986, p. 28) – reafirma a centralidade da televisão para as classes populares. No ensaio fotográfico que inicia seu trabalho, ressalta os espaços aos quais são destinados os aparelhos: são adornados com vasos e toalhas de crochê nas salas das classes menos favorecidas, guardados dentro de estantes nas classes mais abastadas.

Programa de auditório como uma prática cultural

Na pequena casa de Dona Marlene, como já mencionado, todos os cômodos possuíam um aparelho de TV, com exceção da cozinha, que abrigava um rádio.⁵⁸ Sua TV de tela de plasma não consegue ser adornada como na descrição de Leal, porém ela mesma enfeita a sala dessa senhora, que fez questão de ligar o aparelho para mostrar as belas imagens.

A entrevistada chamou a atenção para sua casa, que julgava abafada, e para seu quarto, que tinha apenas uma janela interna, aberta para a sala. A casa era rodeada por outras construções, impossibilitando a abertura de uma janela para fora. Era para conseguir reformá-la que seu neto havia escrito ao SBT. Pelo fato de, em sua percepção, a TV nova esquentar menos que a anterior, ela, conseqüentemente, esquentaria menos a casa. Além das boas imagens, essa seria outra qualidade do aparelho.⁵⁹

Em relação às telenovelas Dona Marlene preferia as do SBT, pois eram veiculadas no período vespertino e não à noite, como as da Rede Globo. Já sua neta preferia as desta emissora. Dona Marlene assistia a todas veiculadas no período (início de 2011): *Pérola e Maria* à tarde, depois *Ratinho* e *A História de Ana Raio e Zé Trovão*, entre 22h ou 22h30. Suas preferências, se analisadas por meio da abordagem da antropóloga Almeida (2002), também podem ser entendidas como quais tramas narrativas eram mais próximas de sua experiência. Dito de outro modo, em que medida essa senhora conhecia as regras e convenções

⁵⁸ Em relação à rádio, há semelhança entre as preferências desse grupo de entrevistadas – vinculadas à produção informal da TV – e as daquele, analisado por Renata Macedo (2013), acerca das empregadas domésticas na cidade de São Paulo e região metropolitana. Algumas das emissoras mencionadas pelas entrevistadas de Macedo coincidem com as citadas pelas integrantes da caravana: Terra AM, Globo, Tupi AM, Axé Band FM e emissões religiosas (católicas) como aquelas de Padre Marcelo. Em ambos os grupos, as entrevistadas afirmam que as emissões as acompanham quando fazem o serviço doméstico (e também no trabalho, como no caso das pesquisadas por Macedo). A emissão *No Divã do Gikovate* ou a CBN não são apontadas por nenhuma entrevistada, indicando que não pertencem ao gosto desses grupos. De outro lado, o acesso à internet a partir das próprias casas é ainda pouco mencionado em ambas as pesquisas; ademais, relativamente poucas são as entrevistadas que possuem computador em casa. Para mais detalhes a respeito do consumo cultural dessas trabalhadoras domésticas, ver especialmente o capítulo “Do ‘brega’ ao pop: consumo cultural entre empregadas domésticas em São Paulo” (MACEDO, 2013).

⁵⁹ Dona Marlene mora numa construção mal ventilada, cujo acesso é bastante difícil, sobretudo, para uma senhora idosa: é preciso subir uma longa escada para chegar a seu pavimento.

Programa de auditório como uma prática cultural

desse gênero narrativo, conseguindo acompanhar suas diferentes versões em horários e emissoras diferentes. Em sua etnografia em Montes Claros, Almeida percebeu que moças mais jovens, escolarizadas e vindas de cidades, preferiam acompanhar a novela da sete da Rede Globo, por exemplo, pois esta possuía linguagem mais dinâmica e temática urbana, em relação à novela das seis (mais açucarada, também vista por crianças). Por outro lado, senhoras com pouca escolaridade e vindas do meio rural tinham dificuldade para acompanhar a trama da novela das sete (às vezes, mesmo a das oito) e preferiam as novelas do SBT (“novelas mexicanas”) e programas de auditório.⁶⁰

A relação com a televisão é distinta, se for considerada a escolaridade das entrevistadas. Clara é uma paranaense branca de 55 anos, casada e mãe de três filhos. Finalizou o Ensino Médio em 2009, por meio da Educação de Jovens e Adultos (EJA), oferecido numa escola próxima ao apartamento em que reside há 26 anos com a família, em um bairro vizinho ao de Dona Marlene. Ela, Clara, integra a mesma caravana de Marlene há dois anos. Anteriormente não tinha disponibilidade, pois cuidava do pai e do irmão doentes, além de trabalhar numa escola da rede pública como inspetora de alunos. Essa não é, contudo, a primeira vez que Clara participa de programas televisivos. Quando sua filha era adolescente, costumava acompanhá-la nas gravações de quadros em que roupas e produtos de beleza eram divulgados.

Clara também considera a ida às emissoras como uma atividade de lazer que faz com amigas e a irmã:

⁶⁰ A respeito dessa discussão, ver Almeida (2002), especialmente o item: “As linguagens da televisão e seu aprendizado” (p. 153 e ss.). Outra entrevistada, participante da plateia, comentou que assistir a alguns programas, em casa e na plateia, fazia-lhe aprender e a repensar sua vida. Ela aprendia com os comentários de Christina Rocha e se lembrou com carinho das gravações de Gasparetto, um apresentador formado em psicologia e espírita que também dava conselhos aos participantes. Depois, associa esses comentários de que gostava às mensagens passadas nas novelas. Diz Neide: “[...] Era muito bonito de escutar [o programa do Gasparetto], a gente aprendia, como as novelas da Globo. Não que eu seja puxa-saca da Globo, mas as novelas são muito exemplo. Cada novela tem um sentido, de droga, de tudo. Nossa, eu fiquei, eu gosto das novelas por causa disso, mas é mais da Globo, do SBT é mais mexicano...[abaixa o tom de voz para falar]. Então, acho que as mulheres assistem porque elas se veem lá. Sempre tem uma história que é a sua. Você assiste e você vê. Acho que é isso, eu vejo assim” (NEIDE, entrevista, 2/2/2011). Ao se identificar com as personagens e com as situações narradas, os telespectadores repensam suas próprias histórias, num movimento de reflexividade.

Programa de auditório como uma prática cultural

Gosto porque eu sempre... Teatro, sabe, essas coisas? Isso me fascina e como tem acesso fácil, eu vou sempre que me chamar e eu puder. [...] hoje em dia, eu sei, muitas pessoas gostam de imagem, de aparecer. Meu objetivo não é esse, é que eu gosto de assistir. Tudo. Câmera, o jeito de fazer. Eu adoro. Eu chego e presto atenção em tudo. Não me canso. É por isso que eu vou.

[...] o benefício que eu tenho – de sair – às vezes, as pessoas dizem, ‘ah, você vai deixar a sua casa? Pegar um ônibus, ir até lá?’ Mas, para mim, eu me sinto bem. Entrar num ônibus que tem gente de todo jeito, toda a espécie... Eu gosto de povão, eu me sinto bem. (CLARA, entrevista, 25/2/2011)

Para a entrevistada, é uma atividade tal como um teatro, à qual “tem acesso”. Além disso, aprecia a proximidade do universo televisivo. Uma das hipóteses para essas mulheres envolverem-se com as caravanas e se deixarem fascinar pela produção televisiva seria a falta de opções – poucos equipamentos públicos ou privados de lazer – nos bairros onde residem. Essa hipótese é plausível, na medida em que é conhecida a concentração de cinemas, teatros, parques e praças, entre outros, nas regiões centrais da cidade (BOTELHO, 2006). Contudo, Clara afirmou ter feito cursos de artesanato e teatro – bem como suas filhas – em instituições próximas à sua casa. Outra hipótese seria a falta de recursos financeiros para consumir esses bens; algumas delas, porém, também frequentam programas que precisam pagar à caravanista (como a ida à emissão do Gugu, por exemplo, ou à igreja)⁶¹. Desse modo, não seria adequado que se generalizassem as situações mostradas por algumas integrantes para todas de uma mesma caravana. Para Clara, integrar esse grupo é uma entre outras opções de lazer – talvez a que tenha “acesso [mais] fácil”, mas não é a única. Entretanto, como já afirmado, faltam os instrumentos de apropriação simbólica para consumir bens considerados mais legítimos culturalmente.

Em relação ao acesso, vale ainda lembrar a irmã deficiente de Dona Marlene que já frequentou a plateia de Raul Gil. Ela não participou mais vezes, pois a irmã, já idosa, tem dificuldade para cuidar dela. Segundo Dona Marlene:

⁶¹ Algumas caravanistas, além de arremeter mulheres para participar de programas de auditório, em diferentes emissoras, também organizam outros passeios como a visitas a igrejas e viagens para a praia.

Programa de auditório como uma prática cultural

Já levei umas duas vezes essa minha irmã, na Record, no Raul Gil. Ela gostou, dançou, batia palma. Mas eu parei de levar porque ela não ouve, saía correndo e entrava no banheiro dos homens. E eu tinha que sair correndo atrás dela e entrar também. Outro dia, ia fechando o estúdio e cadê ela? Entrou no banheiro dos homens. Tive que voltar para pegar ela. Olha? Perigoso... Não vou levar mais não. Dá muito trabalho. Parei de levar e ela fica aí. Quando eu saio, ela diz ‘já vai? Vai bater palma?’. Eu digo ‘vou bater palma’. Saio, vou e a deixo aí. (entrevista, 26/2/2011)

É uma atividade que, em alguma medida, aceita a participação de uma senhora deficiente. Ademais, é uma oportunidade para sair do espaço doméstico, cotidiano, e se encontrar com outras pessoas – nas palavras de Clara: “de toda a espécie”. Ela não se vê entre pares quando está na caravana, pois se sente diferente “do povão”. De fato, possui maior escolaridade em relação às colegas e tem mais consciência do papel que desempenha no auditório.

Como sua colega Marlene, gosta de assistir à televisão. No entanto, com este ato, adquire informações práticas das emissões matinais e vespertinas destinadas ao público feminino, como *Mais Você* (Rede Globo) e *Mulheres* (Gazeta), nas quais são ensinadas receitas culinárias e artesanato, bem como há entrevistas com profissionais da área da saúde. Com o que aprende na televisão – e também na internet –, produz artigos para serem consumidos por sua família e outros destinados à venda em seu condomínio.⁶²

Dona Marlene também tem uma relação instrumental com a televisão, uma vez que se aproxima dela para se divertir, assim como busca receber ajuda material, seja em dinheiro (resultado dos jogos de que participa), seja em espécie (a dentadura e a reforma da casa que não ganhou, ou o celular e as bijuterias). Entretanto, a relação estabelecida é mais imediata e direta se comparada à de Clara, tanto porque tenta receber concretamente ajuda da emissora (solicita os prêmios ou compete por eles), quanto porque sente que é próxima do mundo artístico – ao frequentar auditórios, é possível “conhecer os artistas, os cantores, tudo de pertinho” (DONA MARLENE, entrevista, 26/2/2011). Decidir não pedir ajuda “ao Silvio”, naquele contexto de crise, mostra o quanto Dona Marlene se

⁶² Clara vendia, na época da entrevista, sabonetes de glicerina perfumados, mas também já tinha feito alimentos congelados para fora.

Programa de auditório como uma prática cultural

sente próxima à pessoa do apresentador – aquele não seria o momento para lhe demandar ajuda, uma vez que poderia de alguma maneira prejudicá-lo.

Sergio Miceli, em *A Noite da Madrinha* (2005), ressalta o outro lado da construção dessa relação de proximidade entre apresentador/telespectador e apresentador/plateia, criada e mantida por ambos. Ele investigou o modo como Hebe Camargo se dirigia ao público, seu jeito doce e familiar, seus trejeitos, que cativavam quem a assistia em casa e no auditório.

Essa proximidade também faz com que as integrantes da plateia entrem em contato com os artistas em seu cotidiano de trabalho. Ao observá-los, pensam em si próprias, comparam-se, e pensam na diferença entre vê-los na tela e na gravação. Estar nas gravações, além de assistir aos programas em casa, faz com que essas mulheres aprendam sobre si e sobre a própria televisão. Jéssica destaca a reflexão que lhe é suscitada pelos comentários dos apresentadores:

A gente aprende para caramba. E depois que a gente sai, a gente comenta uma coisa engraçada que aconteceu ou um conselho que eles deram e serviu para uma ou outra... A gente sempre comenta. A televisão não é só para a diversão, tem coisa que acrescenta na vida da gente. (entrevista, 25/1/2011)

Não seriam somente os telejornais considerados fontes de conhecimento: para esse grupo, os programas de auditório, seja por meio das histórias trazidas, seja pelos comentários dos apresentadores, oferecem um conteúdo que suscita a reflexão. Almeida (2002) aponta esse mesmo aspecto em seus estudos sobre as telenovelas.

Clara é uma mulher inteligente, curiosa, que gosta de aprender com a televisão. O aparelho de tela de plasma reina na pequena sala de seu apartamento: as emissões a acompanham ao longo do dia, enquanto realiza as tarefas domésticas. Elas a conectam ao mundo em diferentes sentidos: ensinam “novidades”, a fazer produtos (receitas culinárias, sabonete, perfume) possíveis de serem comercializados em seu condomínio. A TV também a informa sobre doenças, tratamentos médicos, medicamentos, acontecimentos políticos. E são

Programa de auditório como uma prática cultural

informações que a entrevistada contrasta com sua realidade. Em duas ocasiões – quando relatava a história do irmão e a do pai –, afirmou que já conhecia a “síndrome” que acometera o pai e os efeitos colaterais do remédio do irmão, sempre por meio de informações veiculadas na TV. Pelo fato de “saber”, acredita ter conseguido informar melhor os médicos que cuidaram dos dois familiares a respeito de suas doenças e sintomas.

Foi a única entrevistada a comentar um tema político. Ela afirmou aprovar o governo de Luiz Inácio Lula da Silva, presidente à época, porque, desde 2002, seu marido tem um emprego com carteira assinada, depois de um longo período de desemprego; com o Programa Bolsa Família, não vê mais crianças e mulheres pedintes nas ruas próximas à sua casa, tampouco no comércio de sua irmã, localizado num bairro vizinho ao seu.

Clara não tem uma relação ingênua com a produção das emissões. Ela costuma frequentar o único programa de auditório que paga a cada uma das integrantes da plateia (*A Praça*). Diz:

Acho que é o único programa da televisão que remunera assim. Porque é um trabalho. Tem que ter retorno. Esse final de ano mesmo passou, mostrou o auditório, mostrou como é feito para ter o retorno. Não é que as pessoas vão lá e riem espontaneamente. Eles mostraram. Inclusive, foi eu e minha irmã; gravaram a gente lá, para chamar a semana toda. Eu e ela ficamos na chamada no ar. [...] Mostravam o desfecho da piada e as risadas em seguida [...] as pessoas não riem de vontade, ali é programado [...] mostraram os bastidores. Eles precisam das pessoas. Ninguém vai se sujeitar, chegar lá e... é difícil. Eu já me acostumei, já tenho esse... Sabe? Já dou risada. Artisticamente... É um trabalho, é um trabalho. (Entrevista, 25/2/2011)

Como explicitado no trecho citado, a entrevistada percebe sua participação como um trabalho artístico, específico, para ser realizado num programa de humor; por isso, é pago. Refere-se à sua atuação como o resultado de um contrato de trabalho: certo desempenho é demandado, ela sabe o que deve ser feito e faz, tal como pedido.

Sua escolaridade lhe permite uma melhor compreensão dos meandros da produção – “as pessoas não riem de vontade, ali é programado”, assim como de

Programa de auditório como uma prática cultural

sua inserção nessa cadeia produtiva. Dona Marlene, por outro lado, exemplificaria um tipo de participante oposto ao de Clara. Embora o universo televisivo lhe seja familiar por frequentá-lo há anos, ela parece não dominar as nuances da linguagem televisiva, ao gostar mais das novelas que seguem o padrão melodramático, como as do SBT, bem como por não considerar sua atuação junto à caravana – seja “fazendo plateia”, seja em outras “distrações culturais” – como uma forma de trabalho.

Um longo trecho de sua entrevista evidencia, para alguém não implicado nessa lógica de sociabilidade, a falta de consciência da entrevistada a respeito do uso de sua força de trabalho; em outros termos, de sua exploração. Dona Marlene relatava as saídas que fazia com o grupo da caravana, além das emissoras. Para ela, essas saídas eram consideradas passeios, na medida em que eram atividades de lazer. Entre visitas a igrejas e idas ao litoral sul, participou da gravação do CD de uma jovem cantora. Segundo Dona Marlene:

Esses dias a gente foi ajudar uma menina a fazer um... Ai, como é que chama? Lá no... Fomos esses dias. Lá na... Não estou lembrando o lugar. É... Esqueci o lugar. A gente foi gravar com uma menina – a Patrícia. Lá em... Esqueci o lugar...

Como é que é? Ela é cantora?

Ela é cantora. A gente foi em nove pessoas, duas vans. Nós fomos para cantar com ela e ela poder gravar esse DVD dela. Esqueci a cidade que a gente foi. É para lá da estrada de Santos.

São Vicente?

Não, filha. Esqueci...

A senhora foi para a praia?

É quase na praia que a gente foi gravar. Num condomínio que tem para aquelas bandas, só de gravação. Não me lembro do lugar.

E como a senhora conseguiu?

Chamou a Ivete. E a Ivete levou a gente. E o homem de lá parece que vai chamar a Ivete para levar a gente de novo para um interiorzão. Não sei para onde.

Para gravar?

Para gravar. Ele falou que vai precisar de duzentas pessoas. Daí ele pegou o telefone, o celular da Ivete. Vamos ver o que vai dar.

E a senhora tem vontade de ir?

E eu estou dentro! E eu estou dentro!

Programa de auditório como uma prática cultural

E essa moça que canta – a Patrícia – é de alguma emissora? Ou não?

Ah, eu acho que ela não tem emissora não. Sei lá. Ainda não entendi. Fomos uma vez só e eu ainda não entendi. Ela é novinha, tem treze anos. Está começando a cantar. Eu tenho a música dela aí, que ela cantou e a gente cantou com ela. Cinco vezes a mesma música. Cinco vezes. Vou pegar para você ver. Cinco vezes. [Traz as folhas com as letras impressas] Cinco vezes cada folha dessa, para gravar. [...]

E vocês foram para um estúdio?

Foi. Um estúdio.

E a senhora sabe cantar bem?

Tinha que acompanhar. E eu não sei ler. [risos] Primeiro passa a primeira música para a gente ouvir. Depois passa e a gente lê. Eu fingindo que estava lendo [risos] – e acompanhei, viu? Acompanhei e fui embora.

E pagaram vocês?

Acho que para a Ivete pagam, por nos levar. Deram um lanche para tomarmos: refrigerante, pizza, não, esfiha aberta, uma caixa, para a gente comer à vontade. Estava bom!

Foi legal?

Foi legal, gostei!

E a Patrícia falou quando vai lançar o CD? Ela vai mostrar?

Para nós não falou não. Talvez tenha falado para a Ivete, porque ela ficou mais tempo lá. Fomos para a van e ela ficou mais tempo. Muito bonitinha a menina.

E novinha, né?

Novinha. Treze anos. E muito legal com a gente, viu? Muito dada com o povo. (DONA MARLENE, entrevista, 26/2/2011)

Dona Marlene não sabia aonde foi levada, nem a cidade, nem o local da gravação. Ela e mais outras oito pessoas cantaram com a estreante Patrícia, uma jovem “muito legal [...], muito dada com o povo”. Embora tenham cantado repetidas vezes e gravado, Dona Marlene e o grupo não foram remunerados financeiramente. Ganharam um lanche o qual puderam comer “à vontade”: refrigerante e uma caixa de esfihas abertas (que ela confundiu com pizza). Por outro lado, a caravanista é quem faz a mediação e, aos olhos da entrevistada, talvez ela tivesse recebido por esse trabalho, bem como organizasse outro, ainda maior.

As expectativas de Dona Marlene e da caravanista são diferentes: enquanto a primeira considera essa atividade um divertimento que, mesmo sem saber cantar

Programa de auditório como uma prática cultural

ou ler a letra da música, ela pode acompanhar; a segunda a considera um trabalho que deve ser remunerado. Reunir o grupo e deslocá-lo, para a caravanista, são atividades financeiramente remuneradas. Estar com as amigas, passear por caminhos que desconhece, cantar num estúdio e ser bem tratada pela menina “dada com o povo”, alimentar-se, constituem partes de uma atividade de lazer – que por elas mesmas já parecem recompensar o tempo e a força de trabalho despendidos.⁶³

Dona Marlene e suas amigas parecem não atinar para o que será feito posteriormente com o registro de sua voz, ou mesmo com suas imagens na televisão, que irão compor um bem cultural e, em alguma medida, serão rentabilizados pelas emissoras ou gravadoras. Há uma cadeia de produção e um conjunto de profissionais por trás desses bens da indústria cultural, da qual as integrantes de caravanas são somente uma parte. Elas ocupam uma posição inferior na hierarquia da produção: abaixo da caravanista, do “homem” produtor e da cantora Patrícia.

Algumas considerações

Privilegiar as plateias de produções de rádio e TV permitiu iluminar dois grupos sociais distintos. Considerando que, segundo Bourdieu, “o gosto classifica aquele que procede à classificação” (2007, p.13), conversar sobre o gosto por certos bens e práticas culturais é também um acesso a estilos de vida e universos mentais diferentes, com repertórios expressivos e recursos afetivos específicos. Continua o autor: “os sujeitos sociais distinguem-se pelas distinções que eles operam entre o belo e o feio, o distinto e o vulgar; por seu intermédio, exprime-se ou traduz-se a posição desses sujeitos nas classificações objetivas” (idem). Ou seja, refletir acerca dessas hierarquias simbólicas é também pensar a posição desses grupos no espaço social.

⁶³ Inspirando-se num dos sentidos que Nathalie Heinich (2011) destaca em sua reflexão acerca do “consumo de celebridades”, qual seja, a de um modo de engajamento social, pode-se considerar a participação no cotidiano de uma caravana também como uma maneira de pertencimento, de engajamento a uma atividade, de criação e manutenção de vínculos com pares. Assim, numa interpretação possível do cantar ou bater palmas, dizendo brevemente as atividades realizadas por essas senhoras, estaria a ideia de pertencimento.

Programa de auditório como uma prática cultural

Os sentidos atribuídos à participação em programas de auditório na TV, uma prática social de pouco prestígio, não são evidentes a quem está apartado de sua cadeia de produção. Mesmo a caravanista e a participante da plateia tendo trabalhos precários (sem um vínculo formal com a emissora e com rendimentos irregulares), que exploram sua vulnerabilidade social – da perspectiva dessas mulheres – tais funções são importantes por tirarem-nas do insulamento familiar, por ajudarem-nas, conforme relataram, a manter a saúde não somente física como também psíquica. Em outras palavras, não se pode falar em uma simples manipulação da equipe de produção, pois há modos de remuneração (financeira e simbólica) que só são entendidos quando se remonta a trama de relações dessa cadeia.

No entanto, se a referência à manipulação não é suficiente para analisar essa trama que sustenta tal cadeia produtiva, é possível perceber a violência simbólica que subjaz na produção desses programas da TV, diferentemente da emissão veiculada na Rádio CBN. Ainda que obtenham muitas vantagens e recompensas, mais ou menos duradouras, elas não conseguem romper com suas posições rebaixadas na hierarquia simbólica do gosto.

Em relação às diferentes formas de consumo cultural de cada um dos grupos, foi notado que enquanto o programa de rádio é um entre outros bens culturais (livros, outras emissões de TV e rádio, palestras, filmes) consumidos pelos integrantes do Teatro Eva Herz, ou seja, o discurso terapêutico é procurado por esse público, sendo os comentários do Dr. Gikovate valorizados e um dos meios possíveis para acessá-lo; as emissões de TV configuram-se como uma das principais práticas culturais entre as integrantes da caravana e caravanistas.

No Brasil, o discurso terapêutico é apropriado e divulgado de maneiras diferentes pela indústria cultural. Ao ser veiculado em emissões produzidas com e para grupos vulneráveis socialmente (baixa escolaridade, inserção precária no mercado de trabalho, residentes em bairros periféricos) –, essas pessoas são vistas

Programa de auditório como uma prática cultural

como “desocupadas”, por frequentarem o auditório.⁶⁴ Já no programa de rádio – produzido por e para grupos sociais remediados –, há uma maior legitimação social para as pessoas falarem de si e de seus problemas na plateia.

Dito de outro modo, as participações da plateia do Dr. Gikovate não são vistas nem produzidas como vulgares tais quais são aquelas dos programas de TV. A gravação no teatro e a veiculação posterior na rádio são considerados formatos legítimos, isto é, integram uma prática cultural legítima para esse grupo, diferentemente dos outros dois programas.⁶⁵

Desse modo, existe uma vinculação entre produção e consumo desses bens com a posição deles no interior de uma hierarquia do gosto, não sendo uniforme sua aceitação pelo grande público. Alguns formatos e conteúdos produzidos são mais aceitáveis socialmente como um lugar apropriado para expor questões do foro íntimo do que outros. O fato do público da rádio não gostar dos programas de Márcia Goldschmidt e Christina Rocha é indício da posição rebaixada ocupada por essas produções numa hierarquia simbólica das práticas culturais.

Por outro lado, embora ocupem uma posição dominada, muitas vezes estigmatizada, as participantes da TV sentem-se recompensadas por perceberem ganhos em sua participação. Mesmo submetidas a uma violência simbólica, é uma prática cultural que lhes permite acessar outro universo, no qual elas têm uma existência diferenciada em relação ao cotidiano de mãe, trabalhadora, esposa... Em algumas situações sociais, elas são reconhecidas por essa inserção e valorizadas por muitos que estão à parte dessa trama (mas pertencentes ao seu círculo de parentesco, vizinhança e amizade). Assim, todas as envolvidas conhecem as regras do jogo social e as manipulam de acordo com suas habilidades e suas posições na cadeia de produção, sendo possível perceber a

⁶⁴ Vale destacar que a equipe que produz tais emissões na TV pertence a um grupo com mais capital econômico, cultural e social em relação aos participantes.

⁶⁵ Mesmo que os participantes do palco não tenham sido o foco da análise aqui empreendida, vale mencionar que, na televisão, problemas sociais são tratados como dramas individuais, despolitizando suas causas, e mesmo quando há temas mais psicologizados, ganham um tom jocoso ou são expressos por discussões acaloradas, fazendo com que os convidados do palco sejam apresentados e vistos de maneira depreciativa.

Programa de auditório como uma prática cultural

capacidade de agir e escolher das pessoas participantes, que também manipulam elas também as regras com a intenção de obter ganhos, materiais e simbólicos.

Bibliografia

ALMEIDA, Heloísa Buarque de. “*Muitas mais coisas*”: telenovela, consumo e gênero. Tese de Doutorado. Departamento de Antropologia/IFCH, Unicamp, Campinas, 2002.

BERGAMO, Alexandre. *Os Artífices da Televisão: Autonomia e Heteronomia no Campo da Televisão*. Tese de Doutorado. Departamento de Sociologia/FFLCH, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

BOTELHO, Isaura. Os equipamentos culturais na cidade de São Paulo: um desafio para a gestão pública. **Espaços e Debates**, Revista de Estudos Regionais e Urbanos, São Paulo, n. 43/44, 2004. Disponível em: <http://www.fflch.usp.br/centrodametropole/antigo/v1/pdf/espaco_debates.pdf> Acesso em: 1/6/2016.

BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida *in*: ORTIZ, Renato (org.). *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo, Ática, 1983.p.82-121.

_____. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1997.

_____. *A Dominação Masculina*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2002.

_____. *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

ILLOUZ, Eva. *O Amor nos Tempos do Capitalismo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2011.

_____. *Saving the Modern Soul: therapy, emotions, and the culture of self-help*. California: University of California Press, 2008.

HEINICH, Nathalie. La consommation de la célébrité. **L'Année sociologique**, Paris, v.61, n.1, p. 103-123,2011. Disponível em: <<http://www.cairn.info/revue-l-annee-sociologique-2011-1-page-103.htm>>. Acesso em: 23/2/2012.

LEAL, Ondina Fachel. *A Leitura Social da Novela das Oito*. Petrópolis: Vozes, 1986.

MACEDO, Renata Guedes Mourão. *Espelho mágico: empregadas domésticas, consumo e mídia*. Dissertação de mestrado. Departamento de Antropologia Social/FFLCH, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

MARQUES, Eduardo; BICHIR, Renata. Redes de apoio social no Rio de Janeiro e em São Paulo. **Novos estud.-CEBRAP**, São Paulo, n. 90, jul. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002011000200006&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 24/12/2012.

MARTINS, José de Souza. *A Sociabilidade do Homem Simples: Cotidiano e História na modernidade anômala*. São Paulo: Contexto, 2011.

Programa de auditório como uma prática cultural

MEHL, Dominique. *La télévision de l'intimité*. Paris, Éd. du Seuil, 1996.

MICELI, Sergio. *A Noite da Madrinha e outros ensaios sobre o éter nacional*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MIRA, Maria Celeste. *O circo eletrônico: Silvio Santos e o SBT*. São Paulo: Edições Loyola e Ed. Olho D'água. 1995.

_____. O moderno e o popular na TV de Silvio Santos *in*: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. (orgs.). *História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje*. São Paulo: Contexto, 2010. p. 159-175.

STYCER, Maurício. O anão do Gugu e outras histórias. **Folha de S.Paulo**, 31 mar.2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/mauriciostycer/1254759-o-anao-do-gugu-e-outras-historias.shtml>>. Acesso em: 1/4/2013.

Programa de auditório como uma prática cultural**Palavras-chave:**

Programa de auditório; gosto de classe; consumo cultural.

Resumo: Versões brasileiras de programas de auditório com psicólogos no palco, veiculados na televisão aberta e na rádio (com as gravações realizadas num teatro), são vias de acesso profícuas à discussão das práticas culturais e do gosto se forem consideradas as pessoas e os grupos sociais que as integram. Tomando especialmente as produções de Casos de Família (SBT) e Márcia (Bandeirantes), bem como a de No Divã do Gikovate (CBN), discutir-se-ão alguns dos sentidos atribuídos por esses agentes à sua participação, a fim de iluminar não somente hierarquias simbólicas, porém as dimensões de dominação e de violência simbólicas às quais estão submetidos.

Keywords

Talk shows;
Taste, Cultural
Consumption.

ABSTRACT: Brazilian versions of talk shows with psychologists on stage, broadcast on television and radio (with recordings performed in a theater), are good access ways to the discussion of cultural practices and the taste if the people and social groups that comprise it were considered. Especially considering the productions of "Casos de Família" (SBT), "Marcia" (Bandeirantes) and "No Divã do Gikovate" (CBN), this paper will discuss some meanings attributed by these agents to their participation in order to illuminate not only symbolic hierarchies, but the dimensions of domination and violence symbolic to which they are submitted.

Recebido para publicação em junho/2016.

Aceito para publicação em agosto/2016.