

**UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO
UNIGRANRIO
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
ESCOLA DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIAS, ARTES E HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
MESTRADO ACADÊMICO EM LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS**

VANDA VIANA GOMES

**ESTILOS DE VIDA NAS TELENVELAS: CULTURA DO
CONSUMO, IDENTIDADE E PÓS-MODERNIDADE**

**Duque de Caxias, RJ
Agosto de 2012**

VANDA VIANA GOMES

**ESTILOS DE VIDA NAS TELENOVELAS: CULTURA DO
CONSUMO, IDENTIDADE E PÓS-MODERNIDADE**

Dissertação apresentada à
Universidade do Grande Rio como
requisito parcial à obtenção do título
de mestre em Letras e Ciências
Humanas

Área de concentração: Discurso,
cultura e formação humana
Orientadora: Daniele Fortuna

Duque de Caxias, RJ

Agosto de 2012

CATALOGAÇÃO NA FONTE/BIBLIOTECA - UNIGRANRIO

G663e Gomes, Vanda Viana.
Estilos de vida nas telenovelas: cultura do consumo, identidade e pós-modernidade / Vanda Viana Gomes. - 2012.
111 f. ; il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado em Letras e Ciências Humanas) –
Universidade do Grande Rio “Prof. José de Souza Herdy”, Escola de
Educação, Ciências, Letras, Artes e Humanidades, 2012.
“Orientadora: Prof^a Daniele Fortuna.”
Bibliografia: f. 92-97.

1. Letras. 2. Telenovelas – Aspectos sociais - Brasil. 3. Teledifusão –
Brasil - Influência. 4. Televisão – Aspectos sociais. 5. Pós-modernismo.
6. Cultura do consumo. I. Fortuna, Daniele. II. Universidade do Grande Rio
“Prof. José de Souza Herdy”. III. Título.

CDD – 400

VANDA VIANA GOMES

Estilos de vida nas telenovelas:

Cultura do consumo, Identidade e pós-modernidade

Exemplar apresentado para avaliação pela banca examinadora em

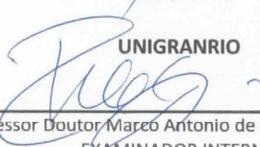
28/08/2012

Aprovado pela banca examinadora:



Professora Doutora Danièle Ribeiro Fortuna
ORIENTADOR

UNIGRANRIO



Professor Doutor Marco Antonio de Carvalho Bonetti
EXAMINADOR INTERNO

UNIGRANRIO



Professor Doutor Marco André Feldman Schneider
EXAMINADOR EXTERNO

UFF



Professor Doutor Ricardo Ferreira Freitas
EXAMINADOR EXTERNO

UERJ



Professor Doutor José Geraldo da Rocha
SUPLENTE INTERNO

UNIGRANRIO

DEDICATÓRIA

Dedico esta dissertação a Deus,
a meus pais, irmãos e amigos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, em primeiro lugar, por me dar a vida, aos meus familiares e amigos, a meus companheiros de crença espiritual, todos que me ajudam na caminhada da vida particular, acadêmica e profissional. Em particular, a minha orientadora, Daniele Fortuna, pois sem ela não poderia concluir essa jornada, aos professores componentes da banca de qualificação e desta dissertação, Marco Antonio de Carvalho Bonetti (Universidade Unigranrio) e Marco André Feldman Schneider (Universidade Federal Fluminense), que me redirecionaram a pesquisa e ajudaram, em semelhança ao papel de co-orientadores e a Ricardo Ferreira Freitas (Universidade do Estado do Rio de Janeiro), componente da banca desta dissertação, que me auxiliou no projeto de pesquisa e acreditou na minha proposta desde o início. Fica também o agradecimento à professora Nízia Villaça, que me ajudou a delinear os primeiros conceitos do projeto.

Um especial agradecimento a todos os professores das disciplinas do mestrado e aos funcionários administrativos da Unigranrio, em especial à secretária do mestrado, Daniele Silva, pela dedicação e por associar tratamento humano, aos deveres administrativos.

RESUMO

Qual é a possível contribuição das telenovelas brasileiras na difusão da cultura de consumo e como esta relação influencia na fragmentação da identidade na pós-modernidade? Neste contexto, qual o papel dos estilos de vida? A proposta deste trabalho é discutir estas questões, analisando o que é a pós-modernidade e como a cultura do consumo contribui para a fragmentação da identidade, com a difusão dos estilos de vida. O processo é analisado dando ênfase à midiaticização e depois às telenovelas.

Palavras-chave: Pós-modernidade, identidade, cultura do consumo, telenovelas

ABSTRACT

What is the possible contribution of Brazilian soap operas in the diffusion of consumer culture and how this relationship influences the fragmentation of identity in postmodernity? In this context, the role of lifestyles? The purpose of this paper is to discuss these issues by examining what is postmodernism and how consumer culture contributes to the fragmentation of identity, with the spread of lifestyles. The process is analyzed with emphasis on mediatization and then to soap operas.

Keywords: Postmodernism, identity, consumer culture, soap operas.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO DO TEMA E METODOLOGIA.....	11
INTRODUÇÃO.....	14
CAPÍTULO 1 PÓS-MODERNIDADE, CULTURA DO CONSUMO E TRANSFORMAÇÃO DA IDENTIDADE.....	17
1.1 Pós-moderno: um período, várias nomenclaturas.....	17
1.2 Modernidade e pós-modernidade: contexto histórico-social da transição.....	19
1.2.1 O mundo moderno – Revolução Industrial, Revolução Francesa e consolidação do capitalismo.....	19
1.2.1.1 Advento do capitalismo, divisão social do trabalho e urbanização.....	21
1.2.2 Crise do capitalismo: do fordismo ao pós-fordismo.....	22
1.3 O mundo pós-moderno: pós-fordismo, aceleração do fluxo de informações e compressão do espaço e tempo.....	25
1.3.1 A compressão espaço-tempo e a mobilidade.....	27
1.4 Pós-modernidade e cultura do consumo: surgimento e implicações nas relações sociais e identitárias.....	30
1.4.1 Surgimento e consolidação da cultura do consumo.....	30
1.4.2 O que é a cultura do consumo?.....	32
1.4.3 Cultura do consumo: da tradição ao poder de compra.....	34

1.4.4 O impacto da cultura do consumo na identidade.....	35
1.4.4.1 Deslocamento da identidade na pós-modernidade.....	35
1.4.4.2 As três concepções de identidade.....	37

**CAPÍTULO 2 A CULTURA DO CONSUMO E A MEDIATEZAZÃO: A
FORMAZÃO DOS ESTILOS DE VIDA 39**

2.1 Conceito e contextualização do processo de mediação da cultura e das relações sociais na pós-modernidade.....	39
2.1.1 Mediação ou mediação? As diversas análises teóricas.....	40
2.2 Os efeitos da mediação nas relações sociais: <i>quarto bios</i> e sociedade do espetáculo.....	41
2.3 Estilos de vida: formas de identidade produzidas pela difusão da cultura de consumo pela mediação.....	43
2.3.1 Estilo de vida: O que é?.....	43
2.3.2 Identidade, cultura do consumo, mediação e estilos de vida.....	45
2.4 Os diferentes meios de comunicação e a difusão dos estilos de vida.....	46

**CAPÍTULO 3 TELEVISÃO, TELENVELA E A DIFUSÃO DOS ESTILOS DE
VIDA..... 49**

3.1 Televisão, identidade e difusão dos estilos de vida.....	49
3.2 As origens da estrutura narrativa das telenovelas brasileiras brasileiras.....	53
3.2.1 O que é a telenovela?	56

3.3 Telenovela e identidade.....	57
3.4 Telenovelas, consumo e estilos de vida.....	59
3.5 A importância do figurino para a composição das personagens nas telenovelas	61
CAPÍTULO 4 ESTUDO DE CASO COM A NOVELA <i>PARAÍSO TROPICAL</i>.....	63
4.1 Apresentação do tema e problema.....	63
4.2 Discutindo a relação entre cultura do consumo, identidade, pós-modernidade e estilos de vida em <i>Paraíso Tropical</i>	64
4.3 Análise dos principais núcleos dramáticos da novela e suas relações com o consumo e mobilidade social.....	71
4.4 Principais estilos de vida da telenovela <i>Paraíso Tropical</i>	74
4.5 Perfis das personagens a serem analisadas nos capítulos de 29/08/2007 a 07/09/2007.....	78
4.5.1 Análise da personagem Bebel.....	79
4.5.2 Análise da personagem Paula.....	81
4.5.3 Análise da personagem Taís.....	83
4.5.4 Conclusão do estudo de caso e contribuição para a dissertação.....	85
CONCLUSÃO.....	88
REFERÊNCIAS.....	92
ANEXO A Resumo dos dez capítulos analisados.....	98

ANEXO B Ficha técnica com equipe da novela <i>Paraíso Tropical</i>	105
ANEXO C Letra da música “Sábado em Copacabana”, trilha sonora de abertura de <i>Paraíso Tropical</i>	108
ANEXO D Fotografias de atrizes mostrando as personagens em dois estilos de vida	109

Apresentação do tema e metodologia

A presente pesquisa tem como proposta principal analisar a relação das telenovelas brasileiras com a difusão da cultura de consumo na pós-modernidade, com ênfase nos estilos de vida e suas ligações com a fragmentação da identidade. Estes processos serão estudados em conjunto com a midiaticização, que é uma das principais fontes de influência para a formação de papéis sociais num contexto virtual, com tempo e espaço abstratos, em que as relações humanas são fluidas. Fragmentada, a identidade torna-se transitória e construída pela aparência.

Esse processo tem suas raízes na transição da sociedade tradicional para a sociedade moderna e depois para a pós-moderna, com transformações iniciadas na Europa e Estados Unidos da América. Com a urbanização, industrialização e nova divisão do trabalho, o eixo do status social se desloca gradualmente da tradição para o poder de consumo. O advento da pós-modernidade vem com a substituição do sistema fordista de produção pelo pós-fordismo. Um dos principais produtos culturais da televisão, a telenovela é hoje um grande foco de difusão de estilos de vida e de cultura do consumo. Por esta razão, a discussão deste produto cultural é de muita importância para a linha de pesquisa Gênero, Etnia e Identidade, do Programa de Pós-Graduação em Letras e Ciências Humanas da Universidade do Grande Rio - Unigranrio.

Além de expor estilos de vida, as obras de teledramaturgia abordam frequentemente as crises de identidade vividas na contemporaneidade, oferecendo soluções muitas vezes por meio da cultura de consumo. Diante de tal quadro, propõe-se como objetivo geral analisar a relação entre identidade e cultura do consumo nas telenovelas. Como objetivo específico, propõe-se estudar o papel dos estilos de vida nesse contexto. É importante ressaltar que neste trabalho não será feito estudo de recepção, focalizando o efeito causado aos telespectadores pela difusão dos estilos de vida nas telenovelas. A pesquisa se concentrará na discussão teórica do potencial de difusão da cultura de consumo nos meios de comunicação e sua relação com o processo de midiaticização, demonstrando a exibição dos estilos de vida na telenovela brasileira e o processo pelo qual os telespectadores podem se identificar com eles e as possíveis implicações nas suas identidades.

Este trabalho tem como proposta de metodologia a análise de conteúdo temática da bibliografia sugerida, acrescida de estudo de caso da novela *Paraíso Tropical*, de Ricardo Linhares e Gilberto Braga, exibida pela Rede Globo de Televisão em 2007 no horário das

21h. O método utilizado para o estudo de caso é a análise de dez capítulos da novela mediante entrelaçamento com a teoria apresentada nos três primeiros capítulos, dando ênfase aos conceitos de pós-modernidade, cultura do consumo, mídiatização, identidade e estilos de vida.

A discussão da transformação do padrão de identidade durante a transição entre a modernidade e pós-modernidade terá o apoio dos estudos de Slater (2002), além das obras de Sodré (2002), Canclini (1999) e Bauman (2001). Para Slater, a marca do indivíduo contemporâneo é o afrouxamento nas relações de status social e a substituição das regras fixas e rígidas de comportamento por regras transitórias, efêmeras, permitindo que o status social seja definido não mais somente pela tradição, mas também (e cada vez mais) pelos padrões de consumo. O contexto histórico e geográfico desse processo pode ser estudado à luz das obras de Canclini, enquanto os estudos de Sodré e Harvey (1998) são relevantes para dar sustentação à análise da relação do modo pós-fordista com o advento da pós-modernidade. A crise de identidade na pós-modernidade, como resultado do pós-fordismo pode ser analisada com o apoio dos textos de Harvey, Bauman, Featherstone (1995) e Hall (2003).

Os estudos de Sodré (2002), Hall (2003) e Debord (1997) servirão de base para a discussão do processo de mídiatização da sociedade. Após fazer uma abordagem geral dos diversos meios de comunicação e sua influência sobre o comportamento do público, a pesquisa se concentrará no estudo da televisão e sua relação com a cultura do consumo, com as obras de Kellner, Hollanda (2003), entre outras.

Apresentando a telenovela como um dos principais produtos televisivos que difundem estilos de vida, a pesquisa prosseguirá com uma análise da teledramaturgia. A seguir, o potencial de difusão da cultura de consumo da telenovela será discutido. Para exemplificar a relação existente entre a teledramaturgia, cultura do consumo e estilos de vida, a pesquisa será encerrada com um estudo de caso da novela *Paraíso Tropical*, veiculada pela TV Globo em 2007, no horário das 21h. A obra, de autoria de Gilberto Braga e Ricardo Linhares, teve como principal discussão a multiplicidade dos estilos de vida na pós-modernidade, focando na crise de identidade do indivíduo pós-moderno acerca de valores como trabalho, consumo, relações de gênero e família.

Hipótese

A hipótese de trabalho a ser considerada nesta pesquisa é que as telenovelas contribuem para a difusão de estilos de vida baseados na cultura do consumo. As personagens retratam os conflitos vividos pelo indivíduo contemporâneo, entre o trabalho e o lazer, entre a relação fluida e sua necessidade insatisfeita de afeto, num comportamento semelhante ao de crise de identidade trabalhado por Hall (2003). Uma das soluções propostas pela difusão da cultura de consumo nas telenovelas é o uso dos estilos de vida, comportamentos baseados na aparência e que se adaptam às variadas fases e contextos da vida contemporânea.

Estudo de caso

O estudo de caso da novela *Paraíso Tropical* focalizará a análise das três personagens femininas mais importantes, durante o período de clímax ou “virada” da trama, que compreende o momento em que os principais conflitos estão ocorrendo e que as personagens buscam soluções para eles, possibilitando ao público deduzir possíveis desfechos para a história de cada uma. As personagens serão analisadas nos aspectos identitários, principalmente os ligados a consumo, corpo e relacionamentos afetivos/sociais. Uma descrição do perfil das principais personagens e o resumo dos capítulos analisados, assim como a letra da música de abertura e fotos enriquecerão a análise.

Introdução

A cultura do consumo, a midiaticização e a fragmentação da identidade são importantes fatores que constituem a pós-modernidade. Tendo como principal objetivo analisar a relação entre estas categorias no contexto das telenovelas brasileiras, este trabalho inicia com uma explanação dos diferentes conceitos do que é o pós-moderno, para depois se concentrar na importância da cultura de consumo dentro deste contexto e na possível influência desta na fragmentação da identidade e formação dos estilos de vida.

O período que se inicia na segunda metade do século XX, chamado por alguns autores de pós-modernidade, transição da modernidade para a pós-modernidade ou modernidade tardia, marca a consolidação da cultura do consumo, que se fortaleceu com o pós-fordismo ou capitalismo flexível, com a compressão espaço-tempo e a aceleração no fluxo de informações. Os meios de comunicação, influenciados pela industrialização, pelo pós-fordismo e pela criação de redes mundiais de difusão de informações, passaram a mediar a grande maioria das relações sociais das culturas capitalistas urbanas ocidentais, substituindo, nas comunidades, as instituições reprodutoras e difusoras das tradições, como a família e a escola. Sodré (2002) intitula este fenômeno de midiaticização. Os estudos de Castells (2000) contribuem para a análise do fenômeno, sob a ótica da aceleração do fluxo de informações e da transformação das relações de primárias, baseadas na afetividade, para associativas e baseadas na troca de interesses.

Através da midiaticização, a cultura de consumo se difunde e contribui para a fragmentação da identidade e formação dos estilos de vida, que, de acordo com Featherstone (1995), são opções de individualização e auto-expressão baseadas na aparência e no poder de consumo e para Hall (2003) são formas móveis de identidade. O eixo identitário, até então alicerçado na cultura tradicional - na qual origem familiar e os títulos de nobreza determinavam quem eram os indivíduos - passa a estar atrelado à aparência e à cultura de consumo, se modificando constantemente para atender aos padrões midiáticos. As relações e instituições passam a ser fluidas e transitórias. Essa transformação na identidade é um dos principais fatores que caracterizam a pós-modernidade, de acordo com Slater (2002). Na impossibilidade de responder a esta questão abrangendo todo o universo dos meios de comunicação, neste trabalho a discussão se concentrará nas telenovelas brasileiras, se detendo à análise dos estilos de vida propostos pela trama e a relação destes com a cultura de consumo, estudando ainda o mecanismo através do qual o público pode se identificar com as

personagens e adotar os padrões exibidos, dando ênfase nas características da telenovela que contribuem para tal, sem analisar a recepção do produto midiático junto ao público, o que exigiria um trabalho de campo.

No primeiro capítulo desta dissertação, são discutidos os vários conceitos da pós-modernidade e é feita uma contextualização do período de transição da modernidade para a pós-modernidade, concentrando-se nas principais mudanças que marcaram o período. A passagem do fordismo para o pós-fordismo e suas consequências para as relações sociais, como a compressão do espaço-tempo e a aceleração do fluxo de informações são os principais temas abordados. O surgimento da cultura de consumo e sua relação com os fatores que marcam o início da modernidade, também são abordados no capítulo, que é encerrado com uma análise do impacto da cultura de consumo na identidade, fragmentação e fluidez dos caracteres identitários.

O segundo capítulo é concentrado na relação entre a cultura do consumo, a midiaticização e o surgimento dos estilos de vida, destacando os meios de comunicação como fatores fundamentais no desencadeamento das transformações ocorridas com a chegada da modernidade e transição para a pós-modernidade. O capítulo aborda o conceito de midiaticização e sua contribuição para a aceleração do fluxo de informações e a compressão do espaço e tempo, encerrando com a discussão dos efeitos da midiaticização nas relações sociais e com a exposição do mesmo processo nos diversos tipos de mídia.

No terceiro capítulo são discutidos os caracteres da televisão que podem influenciar nas relações sociais e como podem impactar a identidade, através da difusão dos estilos de vida. São analisados os mecanismos de transmissão da mensagem da televisão e os referenciais que interferem na sua influência na identidade: o cotidiano familiar, a temporalidade social e a competência cultural. A discussão parte, então, para um estudo sobre a origem e a estrutura narrativa das telenovelas, para facilitar a posterior análise da novela *Paraíso Tropical* no estudo de caso. São discutidas as origens das novelas em produtos como o folhetim e o melodrama, como também os conceitos de novela e suas características narrativas. É estudado o processo pelo qual o telespectador pode se identificar com as personagens e dramas por elas vividos. O capítulo encerra com uma análise da relação entre a telenovela, a midiaticização, a cultura do consumo e os estilos de vida.

Encerrando a dissertação, o quarto capítulo consiste num estudo de caso com a novela *Paraíso Tropical*, exibida na Rede Globo de Televisão no horário das 21h em 2007, no qual é feito um entrelaçamento entre a teoria exposta nos três primeiros capítulos e a análise de dez capítulos da novela, com ênfase nos principais estilos de vida expostos na trama. O quarto

capítulo propõe uma divisão da novela em núcleos dramáticos de acordo com a classe social e estilos de vida mais comuns, para depois relatar especificamente como esses estilos contribuem para a composição das personagens e para a difusão da cultura de consumo no contexto da trama. O estudo de caso encerra com a análise dos capítulos convencionados como momento da “virada” da trama, na qual todos os conflitos principais foram expostos e estão sendo apresentados os primeiros sinais de desfecho para a história. Essa tarefa é concentrada nas três principais personagens femininas da novela, levando-se em conta os objetivos propostos no estudo de caso. A conclusão do estudo de caso e uma projeção da sua contribuição para a dissertação como um todo fecha o capítulo. A presente dissertação é encerrada com uma conclusão final, tendo como anexos o resumo dos capítulos analisados da novela, a ficha técnica da trama, a letra da música de abertura da novela e fotos das três principais personagens femininas de *Paraíso Tropical*.

Capítulo 1 Pós-modernidade, cultura do consumo e transformação da identidade

1.1 Pós-moderno: um período, várias nomenclaturas

São vários os termos utilizados para conceituar o período que inicia na segunda metade do século XX e persiste até os dias atuais, e que é marcado por grandes transformações sociais, políticas, econômicas e culturais: pós-modernidade para Baumann (2001) e Featherstone (1995); modernidade tardia ou alta modernidade para Giddens (2002), ou simplesmente uma etapa de transição da modernidade para a pós-modernidade, segundo Slater (2002). Apesar das controvérsias acerca da nomenclatura a ser empregada, o consenso entre os autores é que as mudanças ocorridas por volta das décadas de 1960 e 1970 consolidam uma nova ordem sócio-econômica, de cultura e identidade, baseada no consumo e nas relações sociais fluidas e transitórias.

Em seus estudos sobre a pós-modernidade, Bauman (2001) usa o termo modernidade “líquida” para classificar a forma de cultura, identidade e relacionamentos que derivam do processo de aceleração do giro de capital, predomínio do consumo como finalidade de vida e da maior velocidade da circulação de informação, no qual imagens estão substituindo cada vez mais os produtos. Infere-se dessa classificação que o autor enxerga o período estudado como uma continuidade ou desdobramento da modernidade, na qual o fordismo deu lugar ao pós-fordismo. De acordo com o autor,

o fordismo foi, em seu apogeu, um modelo de industrialização, de acumulação e de regulação. [...] o paradigma industrial incluía o princípio taylorista da racionalização, juntamente com a constante mecanização. Essa racionalização baseava-se na separação dos aspectos intelectual e manual do trabalho [...] o conhecimento social sistematizado a partir de cima e incorporado ao maquinário pelos projetistas. Quando Taylor e os engenheiros tayloristas introduziram esses princípios no começo do século XX, seu objetivo explícito era forçar o controle da administração sobre os trabalhadores. (BAUMAN, 2001, p. 67-68)

Para Bauman, o advento do pós-fordismo marca a chegada da pós-modernidade, na qual o consumo é a principal referência para a classificação da identidade. Dada a constante oferta de valores, objetivos e identidades, os agentes sociais estariam sempre assumindo

comportamentos flutuantes, daí o termo modernidade líquida, que Baumann utiliza constantemente para qualificar a pós-modernidade.

Featherstone (1995) tem outra forma de conceituar esse período de tempo, considerando-o como uma ruptura com a etapa anterior, sugerindo que ainda estão em construção as bases e estruturas dessa nova ordem social, cultural e econômica. “Falar em pós-modernidade é sugerir a mudança de uma época para outra ou a interrupção da modernidade, envolvendo a emergência de uma nova totalidade social, com seus princípios organizadores próprios e distintos” (FEATHERSTONE, 1995, p.20).

Slater (2002) conceitua o período que sucede a década de 1970 como uma fase de transição da modernidade para a pós-modernidade, ainda não concluída na contemporaneidade. Para o autor, a atual fase está caracterizada pela cultura de consumo como principal mola propulsora das relações sociais e pela fragmentação da identidade, que deixa de estar atrelada à tradição, às regras fixas e rígidas e passa a ser móvel, conforme o poder de compra do indivíduo.

O termo modernidade tardia ou alta modernidade é utilizado por Giddens (2002), que afirma que este período seria a continuidade do período moderno, que equivale ao mundo industrializado. Uma segunda dimensão da modernidade apontada por Giddens é o capitalismo, “sistema de produção de mercadorias que envolve tanto mercados competitivos de produtos quanto a mercantilização da força de trabalho”(GIDDENS, 2002, p.21).

Depois de expostos os vários termos que podem ser utilizados para o período que se segue à segunda metade do século XX, será convencionado neste trabalho (para evitar o uso de várias nomenclaturas) a partir do próximo subitem, o termo pós-modernidade, sendo identificada a base teórica utilizada através de referência bibliográfica. O mesmo procedimento será feito com as várias denominações para as fases do capitalismo, que será qualificado apenas como fordismo ou pós-fordismo. A pós-modernidade será entendida nesta pesquisa como um período de grandes mudanças, que rompem com a modernidade em alguns aspectos ou representam continuidade ou transformação em outros. Para melhor entender essas semelhanças e contradições entre as correntes de estudo, se faz necessário analisar o contexto histórico e sociológico desse período de transição, que será objeto de análise no próximo subcapítulo.

1.2 Modernidade e Pós-modernidade: contexto histórico-social da transição

Entre os fatores que caracterizaram a transição da modernidade para a pós-modernidade, é determinante a crise do fordismo e sua substituição pelo pós-fordismo, o aumento da velocidade do fluxo de informações e o advento da cultura de consumo como eixo direcionador para os padrões identitários e relações sociais. Neste subcapítulo, será abordado o primeiro assunto, sendo os dois demais analisados nos subsequentes.

1.2.1 O mundo moderno – Revolução Industrial, Revolução Francesa e consolidação do capitalismo

O advento da modernidade é marcado pela Revolução Industrial, transformações políticas ocorridas após a Revolução Francesa e consolidação do capitalismo, com a consequente formação de novas classes sociais: o proletariado e a burguesia. Podendo ser situado entre fins do século XVIII e início do século XIX, este período é marcado por mudanças de ordem econômica (como a revolução industrial) e política (como a Revolução Francesa), que acabam causando transformações na área social e cultural.

Para Santos (2001), as principais transformações ocorridas na chegada da modernidade estão ligadas ao capitalismo. Já Giddens (2002) destaca, além do modo de produção capitalista, a industrialização como fator fundamental para marcar a modernidade. Os dois fenômenos unidos – o capitalismo e a industrialização - deram lugar à formação das classes do proletariado e burguesia. A primeira classe tendo como principal característica a venda da força de trabalho e a segunda pela posse dos meios de produção, com o acúmulo de capital, crescendo cada vez mais com o surgimento das cidades, ao ponto de a classe passar a pleitear lugar junto aos nobres nas assembléias de decisão política.

Um dos grandes marcos do processo de crescimento da burguesia, em número e em participação política, é a Revolução Francesa, a mais importante das revoluções iniciadas pela burguesia na Europa, que é apontada por Nogart (1988) como principal fator que determinou a queda do Absolutismo francês (regime de governo onde o rei tinha total poder de decisão política recebendo aval do clero). Segundo o autor, a monarquia e a revolução de 1789 trouxeram um novo regime de governo democrático, onde o rei teria poderes limitados por

uma assembleia e uma constituição, que possibilitaria aos burgueses e membros do povo ser representados nas decisões políticas. Essas mudanças depois se espalharam por vários países da Europa.

Sobre a industrialização, capitalismo e as principais mudanças ocorridas na virada do século XVIII para século XIX, Karl Marx aponta a substituição gradativa do modo de produção manufatureiro para o utilizado após a revolução industrial, afirmando que na manufatura, o fator determinante é a força de trabalho e na indústria moderna é o instrumental utilizado. O autor observa que a substituição da força braçal dos trabalhadores pela máquina provoca grande impacto na produção, acarretando aceleração no processo.

a máquina da qual parte a revolução industrial substitui o trabalhador que maneja uma única ferramenta por um mecanismo que, ao mesmo tempo, opera com certo número de ferramentas idênticas ou semelhantes àquela, e é acionado por uma força motriz, qualquer que seja sua forma.(MARX, 2002, p.432).

Marx afirma que a revolução no modo de produção da indústria e da agricultura acarretou uma necessidade de mudança também nas condições do próprio processo de produção, o que foi suprido com o surgimento dos meios de comunicação e de transporte. Deduz-se, então, que a revolução industrial influenciou a mudança também nos processos de urbanização e de relações sociais, estreitando os laços entre as comunidades, que não ficaram mais restritas às suas vizinhanças. Para Castells (2000), o processo de urbanização trouxe as mudanças nas relações de afetivas (pessoais e permanentes) para associativas (impessoais e transitórias). Esses e outros efeitos da revolução industrial, do capitalismo e da urbanização na sociedade moderna são analisados no próximo tópico do trabalho.

1.2.1.1 Advento do capitalismo, divisão social do trabalho e urbanização

É Weber (2008) quem aponta a ética protestante como principal impulsionadora da acumulação de capital, que vai dar o tom da modernidade, porque inicia a transformação de um mundo onde o status social era definido somente pela hierarquia da nobreza, da tradição, e que agora começa a estar atrelado à acumulação de capital. Para o autor, a ética protestante impulsionou o capitalismo porque proclamava que o trabalho árduo e ininterrupto era uma forma de glorificar a Deus e que a riqueza era um perigo, sobretudo quando instigava à compra de mercadorias supérfluas e ao uso do dinheiro para lazer e entretenimento. Trabalhando muito e gastando pouco, os protestantes acabaram por acumular capital, como afirma Weber,

no que se refere à produção de riqueza privada, a ascese condenava tanto a desonestidade como a ganância instintiva [...]. Combinando a restrição do consumo com essa liberação da procura da riqueza, é óbvio o resultado que daí decorre: a acumulação de capital através da compulsão ascética à poupança (WEBER, 2008, p.94).

Característica marcante do capitalismo, o desenvolvimento da divisão de trabalho, é apontado por Weber como presente na ética puritana (tipo de protestantismo) inglesa. Pode-se dizer que este processo também foi influenciado pela ética protestante. Afirma Weber (2002), que “a diferenciação dos homens em classes e profissões, estabelecida através do desenvolvimento histórico, como vimos, tornou-se para Lutero um resultado direto da vontade divina, e, conseqüentemente, a permanência de cada um na posição e dentro dos limites que lhe foram assinalados por Deus era um dever religioso”. (WEBER, 2002, p.88)

Com o tempo livre reduzido, os laços sociais são distendidos e os festejos, rituais sociais e outros eventos culturais, que antes obedeciam ao período das estações do ano, do tempo de colheita ou da história local, não podem mais ser realizados. O proletário torna-se um estranho num local diferente, sofrendo um desenraizamento, com a absorção da cultura urbana. A transição da cultura e modo de vida da sociedade rural para a urbana envolve a evolução das relações sociais da forma comunitária para associativa, com a segmentação de papéis, multiplicidade de dependências e a primazia de relações sociais secundárias sobre as primárias. (CASTELLS, 2000).

Para Wirth (1938 apud Castells, 2000), as novas formas de vida social oriundas ao

processo de urbanização podem ser definidas por três características: Dimensão, densidade e heterogeneidade. Quando à dimensão, este modelo teórico diz que a diferenciação social está na proporção direta do tamanho da cidade, havendo um distanciamento dos relacionamentos próximos e substituição destes por competitividade. A densidade indica, segundo o autor, que a proximidade física, causada pelo aumento de população numa determinada cidade, não implica em aproximação social, mas normalmente tem o efeito contrário: acarreta distanciamento nos relacionamentos. Finalmente, a heterogeneidade presente na sociedade urbana ocidental contemporânea faz com que a hierarquia de classes não seja tão nítida, havendo predomínio dos relacionamentos baseados no interesse, sobre aqueles baseados na afetividade, tornando-se cada vez menos comum, portanto, a formação de grupos sociais de longa duração, com propósitos sociais, religiosos ou afetivos.

1.2.2 Crise do capitalismo: do fordismo ao pós-fordismo

Para Slater (2002), fordismo e pós - fordismo são sistemas de regulação usados para estabilizar o capitalismo, pois esse modo de produção precisa de mecanismos de controle para impedir crises nos mercados, nos salários e até nas normas de consumo. O pós- fordismo, segundo o autor, chegou para suprir os problemas gerados com a crise do capitalismo, ocorrida no período entre guerras. Harvey (2002) afirma que o estado de relações de classe no mundo capitalista dificilmente era propício à aceitação de um sistema de produção que se apoiava tanto na familiarização do trabalhador com longas horas de trabalho puramente rotinizado, exigindo pouco das habilidades manuais tradicionais e concedendo um controle quase inexistente ao trabalhador sobre o projeto, o ritmo e a organização da produção. Havia ainda outra barreira para a consolidação do fordismo neste período histórico: os modos e mecanismos de intervenção estatal. Harvey afirma que “foi necessário conceber um novo modo de regulamentação [...]. e foi preciso o choque da depressão selvagem e do quase colapso do capitalismo [...]. para que as sociedades capitalistas chegassem a uma nova concepção da forma e do uso dos poderes do estado”. (HARVEY, 1998, p.124).

Sobre as mudanças ocorridas no fordismo após as duas guerras mundiais, o autor afirma que o novo sistema de regulamentação que emerge “tem de ser visto menos como um mero sistema de produção em massa do que como um modo de vida total”. (HARVEY, 1998, p.124). Assim, o principal problema do fordismo passa a ser a produção em massa, a

alienação do trabalho e o controle do estado. O sistema de produção em massa não estava contribuindo para a manutenção da proposta inicial do capitalismo, que era produzir mais com quantidade de trabalho menor e lucrar através do número de mercadorias vendidas. Segundo Slater (2002),

Para explicar um afastamento do fordismo e do consumo de massa, deparamo-nos outra vez com uma forma de regulamentação que interconecta numerosos fatores econômicos, políticos e culturais. Até o início da década de 1970, tornou-se cada vez mais evidente que esse sistema está atingindo seus limites internos e externos. Os custos e o tempo investidos na produção fordista tornaram-se colossais, enquanto a lógica da produção em massa e dos custos unitários mais baixos foi levada até o ponto em que vastas quantidades de mercadoria têm de ser vendidas com margens decrescentes de lucro. (SLATER, 2002, p.184).

A flexibilidade no sistema de trabalho e acumulação flexível de capital, com a substituição da fonte de lucro da mais valia absoluta (aumento da produção com o prolongamento do dia de trabalho) para a mais valia relativa (aumento da eficiência e, por conseguinte, da produtividade com a mesma quantidade de força de trabalho), foi a saída encontrada para a manutenção do modo de produção capitalista, afirma Slater. O novo esquema de trabalho flexível substitui a produção de volumes enormes de mercadorias padronizadas por quantidades menores de mercadorias mais personalizadas. Mas não é só na linha de produção que a flexibilidade traz mudanças, também o fluxo de informações é acelerado, para que os setores de vendas repassem mais rapidamente a demanda de produtos para os setores de produção. (SLATER, 2002).

A flexibilização estende-se para muito além da linha de produção propriamente dita, em geral até o fluxo de informações. Por exemplo, o pós-fordismo é associado com fluxos de informações rápidos e interconectados entre os pontos de venda e os fornecedores de materiais. (SLATER, 2002, p.184)

O autor afirma ainda que a flexibilização e as informações também estão associadas à “descentralização e à transferência de poderes e responsabilidades no interior da empresa”. A nova flexibilidade atingiu também os limites da alienação do local de trabalho, inaugurando novos sistemas de controle dos trabalhadores e da produção. Sobre esse aspecto do capitalismo flexível, Sennett (1999) afirma que, longe de dar ao trabalhador uma liberdade

irrestrita, a flexibilidade traz novos sistemas de hierarquia, que muitas vezes provocam insegurança no trabalhador sobre seu papel na empresa, numa nova forma de aliená-lo da produção.

Diz-se que, atacando a burocracia rígida e enfatizando o risco, a flexibilidade dá às pessoas mais liberdade para moldar suas vidas. Na verdade, a nova ordem impõe novos controles, em vez de simplesmente abolir as regras do passado – mas também esses novos controles são difíceis de entender. O novo capitalismo é um sistema de poder muitas vezes ilegível. (SENNETT, 1999, p.10)

O pós-fordismo tem reflexos na vida do trabalhador dentro e fora da indústria e na sociedade urbana como um todo, com a compressão do tempo e do espaço, aumento da velocidade do fluxo de informações e mudanças nos padrões de trabalho e consumo, características que qualificam a sociedade pós-moderna, objeto do próximo subcapítulo.

1.3 O mundo pós-moderno: pós-fordismo, aceleração do fluxo de informações e compressão do espaço e tempo

A compressão espaço-tempo e a aceleração no fluxo de informações podem ser indicadas como duas das principais mudanças trazidas pelo pós-fordismo, esta última impulsionada pela revolução tecnológica. De acordo com Harvey (1998), o primeiro fenômeno "tem todo um impacto desorientado e disruptivo sobre as práticas político-econômicas, sobre o equilíbrio do poder de classe, bem como a vida social e cultural" (HARVEY, 1998, p.257).

Entre as mudanças acarretadas pelo novo modo de produção que aceleraram a troca informacional, estão a implantação de novas formas organizacionais e tecnologias de produção, como a aceleração do giro de capital e a quase eliminação da tendência vertical de organização, ou seja, alicerçada numa hierarquia rígida. Harvey afirma que uma das principais consequências destas mudanças nas relações sociais e culturais é a acentuação da "volatilidade e efemeridade de modas, produtos, técnicas de produção, processos de trabalho, idéias e ideologias, valores e práticas estabelecidas. [...]. No domínio da produção de mercadorias, o efeito primário foi a ênfase nos valores e virtudes da instantaneidade e da descartabilidade". (HARVEY, 1998, p. 25)

Em comparação com a vida numa sociedade que se transforma com menos rapidez, hoje fluem mais situações em qualquer intervalo de tempo dado – e isso implica profundas mudanças na psicologia humana. Essa efemeridade, sugere Tofler, cria uma temporariedade na estrutura dos sistemas de valores públicos e pessoais que fornece um contexto para a quebra do consenso e para a diversificação de valores numa sociedade em vias de fragmentação (HARVEY, 1999, p.258-259).

Segundo Castells (2007), a aceleração do fluxo de informações foi em grande parte impulsionada pela revolução da tecnologia da informação, que, após a década de 1980, reestruturou o sistema capitalista de produção. O autor afirma que estas transformações deram origem a uma nova estrutura social, moldada pela modificação do modo capitalista de produção. De acordo com Castells, as sociedades estão organizadas mediante relações historicamente determinadas de produção, experiência e poder.

Produção é a ação da humanidade sobre a matéria (natureza) para apropriar-se dela e transformá-la em seu benefício, obtendo um produto, consumindo parte dele e acumulando o excedente para investimento conforme os vários objetivos socialmente determinados. [...]. Experiência é a ação dos sujeitos humanos sobre si mesmos, determinada pela interação entre as identidades biológicas e culturais desses sujeitos em relação a seus ambientes sociais e naturais. [...]. Poder é aquela relação entre os sujeitos humanos que, com base na produção e na experiência, impõe a vontade de alguns sobre os outros pelo emprego potencial ou real de violência física ou simbólica. (CASTELLS, 2007, p.51-52)

Castells (2007) explica que as instituições sociais são constituídas para impor controles, limites ou contratos sociais que sempre estão ligados às lutas pelo poder. A produção, por sua vez, organiza-se segundo classes, hierarquizando os sujeitos segundo sua posição no processo produtivo. A comunicação entre os seres humanos com base na produção é, segundo Castells, geradora de culturas e identidades coletivas.

Assim, a humanidade como produtora coletiva inclui tanto o trabalho como os organizadores da produção, e o trabalho é muito diferenciado e estratificado de acordo com o papel de cada trabalhador no processo produtivo. [...]. A relação entre a mão-de-obra e a matéria no processo de trabalho envolve o uso de meios de produção para agir sobre a matéria com base em energia, conhecimentos e informação. (CASTELLS, 2007, p.52)

Pode-se concluir, então, que a compressão espaço-tempo e a aceleração do fluxo de informações, ambas transformações impulsionadas pelo pós-fordismo, geram impactos nas relações sociais e de trabalho, reestruturando as hierarquias, em vez de eliminá-las. Nesta nova ordem social e de mercado, a mobilidade parece não ser uma garantia de homogeneização, mas de diferenciação, e a liberdade na rotina de trabalho pode estar associada a correr riscos e à exigência de constante qualificação. A comunicação baseada nas hierarquias de produção acaba por gerar toda uma nova cultura e identidades de trabalho, originada na flexibilização.

1.3.1 A compressão espaço-tempo e a mobilidade

Para Bauman (2001), a segunda metade do século XX é marcada pela mobilidade espacial como fenômeno desejável e impulsionador da reestruturação das novas hierarquias sociais, políticas, econômicas e culturais em escala cada vez mais mundial. Para o autor, os antigos proprietários fundiários do início da modernidade são cada vez mais substituídos por capitalistas, donos de recursos líquidos, pois, de acordo com a velocidade utilizada, o espaço pode ser rompido facilmente. (BAUMAN, 2001, p.18)

Com efeito, longe de ser um dado objetivo, impessoal, físico, a distância é um produto social; sua extensão varia dependendo da velocidade com a qual pode ser vencida (e, numa economia monetária, do custo envolvido na produção dessa velocidade). Todos os outros fatores socialmente produzidos de constituição, separação e manutenção de identidades coletivas – como fronteiras estatais ou barreiras culturais – parecem, em retrospectiva, meros efeitos secundários dessa velocidade. (BAUMAN, 2001, p.19)

O autor explica que a modernidade foi marcada pelo progresso dos meios de transporte e que a disponibilidade de meios de viagem rápidos “desencadeou o processo tipicamente moderno de erosão e solapamento das totalidades sociais e culturais localmente arraigadas” (BAUMAN, 2001, p.21). Entre as principais conseqüências desta maior mobilidade e da compressão do espaço tempo está a transformação das relações sociais, que antes eram comunitárias, baseadas no contato face a face e afetivo e tornam-se cada vez mais secundárias, associativas. Para Bauman,

as chamadas comunidades intimamente ligadas de outrora foram produzidas e mantidas, como agora podemos ver, pela defasagem entre a comunicação quase instantânea dentro da pequena comunidade[...]e a enormidade de tempo e despesas necessários para passar informação entre as localidades. Por outro lado, a atual fragilidade e curta duração das comunidades parece ser sobretudo resultado da redução ou completo desaparecimento daquela defasagem: a comunicação intracomunitária não leva vantagem sobre o intercâmbio entre comunidades, uma vez que ambos são instantâneos (BAUMAN, 2001, p.22)

O autor explica que o fenômeno de encurtamento das distâncias, longe de homogeneizar as comunidades humanas, acaba por polarizá-las, pois “emancipa certos seres humanos das restrições territoriais e torna extraterritoriais certos significados geradores da comunidade – ao mesmo tempo que desnuda o território, no qual outras pessoas continuam

sendo confinadas do seu significado e da sua capacidade de doar identidade” (BAUMAN, 2001, p. 25). Os estudos de Harvey (1998) reforçam os conceitos de Baumann, pois de acordo com o primeiro, “a afirmação de qualquer identidade dependente de lugar tem de apoiar-se em algum ponto no poder motivacional da tradição. É, porém, difícil manter qualquer sentido de continuidade histórica diante de todo o fluxo e efemeridade da acumulação flexível”. (HARVEY, 1998, p.273)

Harvey afirma que o pós-fordismo explora a mobilidade geográfica e a descentralização para limitar o poder sindical, que era fortalecido nas indústrias de produção em massa. Para o autor, “A fuga de capitais, a desindustrialização de algumas regiões e a industrialização de outras e a destruição de comunidades operárias tradicionais como bases de poder na luta de classes se tornam o pivô na transformação espacial sob condições de acumulação mais flexíveis” (HARVEY, 1998, p.265).

Para Castells (2007), as transformações impostas pelo novo modo de produção são, além da maior flexibilidade de gerenciamento e a descentralização das empresas e sua organização em redes, “o declínio concomitante da influência dos movimentos de trabalhadores; individualização e diversificação cada vez maior das relações de trabalho; intervenção estatal para desregular os mercados de forma seletiva e desfazer o estado do bem-estar social com diferentes intensidades e orientações”. (CASTELLS, 2007, p.39)

Segundo Castells (2007), o fenômeno das redes serve tanto para conectar quanto para desconectar instituições, pessoas, regiões e até países, segundo a conveniência dos objetivos em jogo, ligados a processos estratégicos. Numa conceituação dessa nova forma de negociação de mercado, o autor afirma que as sociedades estão cada vez mais convivendo com uma hierarquia horizontal, em forma de redes, mas que esse procedimento não está garantindo extinção das regras rígidas e a aproximação das pessoas, pois as relações sociais acabam por se fragmentar e se tornarem baseadas na competição. “A fragmentação social se propaga, à medida que as identidades se tornam mais específicas e cada vez mais difíceis de compartilhar”. (CASTELLS, 2007, p.41)

Sobre este aspecto da fragmentação e a influência nas relações sociais e identitárias, Sennett (1999) explica que o impacto de maior negatividade da flexibilização é no caráter pessoal dos indivíduos, o que acaba por refletir nas relações familiares e sociais. O caráter, para Sennett, “concentra-se sobretudo no aspecto a longo prazo de nossa experiência emocional. É expresso pela lealdade e compromisso mútuo, pela busca de metas a longo prazo, ou pela prática de adiar a satisfação em troca de um fim futuro”. (SENNETT, 1999, p.10)

Sennett questiona os efeitos da flexibilização da acumulação de capital nas relações de trabalho e sociais, concluindo que estas ficam enfraquecidas e distendidas, já que o fenômeno exige constantes mudanças de setor, de ocupação e até deslocamentos geográficos. e que isto, paradoxalmente, aumenta a ascensão profissional dentro de uma empresa flexível. O autor comenta, então, que os empregados que se adaptam mais às mudanças de ambiente, não se apegando aos relacionamentos de trabalho, acabam por exercerem com mais facilidade cargos de chefia ou de maior responsabilidade e remuneração. “o distanciamento e a cooperatividade superficial são uma blindagem melhor para lidar com as atuais realidades que o comportamento baseado em valores de lealdade e serviço”. (SENNETT, 1999, p. 25)

Essas constantes transformações que ocorrem na empresa flexível acabam afetando a formação do caráter e as relações de confiança mútua, que podem ser mantidos pela construção de narrativas ou histórias de vida de experiências individuais e coletivas, com objetivo de dar sentido à trajetória dos indivíduos. De acordo com o autor, as condições de tempo no pós-fordismo causam conflitos entre caráter e experiência, prejudicando a capacidade das pessoas de transformar seus caracteres em narrativas sustentadas.]

O que falta entre os pólos opostos de experiência de deriva e afirmação estática é uma narrativa que organize essa conduta. As narrativas são mais simples que as crônicas dos fatos; dão forma ao movimento adiante do tempo, sugerindo motivos pelos quais tudo acontece, mostrando suas conseqüências. (SENNETT, 1999, p.31).

1.4 Pós-modernidade e cultura do consumo: surgimento e implicações nas relações sociais e identitárias

1.4.1 Surgimento e consolidação da cultura do consumo

De acordo com Slater (2002), a cultura do consumo pode ser apontada como um dos fatores que caracterizam a chegada da modernidade, sobretudo no ocidente, e que se fortalece com a pós-modernidade, estando ligada às relações de mercado, funcionando como modo de reprodução cultural. Mas, se a consolidação da cultura do consumo só se constituiu gradualmente a partir da revolução industrial, as origens das mudanças no consumo, na organização comercial e mercadorias iniciam muitos séculos antes.

Finalmente, pode parecer estranho definir a cultura de consumo em termos do Ocidente moderno – como um modo de reprodução cultural que se estende do século XVIII até o presente. A cultura do consumo parece a muitos, algo que só se formou inteiramente na era pós-moderna, no entanto, está inextricavelmente ligada à modernidade como um todo [...] A cultura do consumo não é uma consequência tardia da modernização industrial e da modernidade cultural, algo que se seguiu depois que o trabalho intelectual e industrial da modernidade já tinha sido feito. Foi, na verdade, parte da própria construção do mundo moderno. (SLATER, 2002, p. 18)

Para Jameson (1993), os primórdios da cultura do consumo são anteriores à revolução industrial, não podendo aquela ser considerada uma consequência da produção, mas sim um estímulo. Slater explica que a propensão ao consumo como definição de status surge antes da revolução industrial, mas a cultura de consumo e sua disseminação só ocorrem com a produção em massa. Sobre o tema cultura de consumo, o autor identifica duas tendências de estudo: a primeira, que prevê o surgimento do fenômeno após a revolução industrial e junto com a modernidade, enquanto a segunda, prevê que uma revolução do consumidor precedeu a revolução industrial, ou foi pelo menos ingrediente fundamental do início da modernização ocidental.

Com o século XIX, Slater afirma que a cultura do consumo toma direções contraditórias, mais interligadas. O autor explica que, apesar de a década de 1920 ser vista como a primeira em que reinou o consumismo, ela na verdade é consequência de uma germinação deste tipo de comportamento entre 1880-1930. “Se a cultura do consumo nasceu

(aqui), é porque enfatizamos vários processos interdependentes: manufatura em massa; a disseminação geográfica e social do mercado; a racionalização da forma e a organização da produção”. (SLATER , 2002, p.22)

Slater relata que alguns teóricos datam o nascimento da cultura do consumo no pós-guerra, que é apontado como início da pós-modernidade, devido à destruição moral e sócio-econômica ocorridas na sociedade, com o culto a satisfação imediata de prazeres e ao lazer. O autor comenta que já na modernidade a associação da cultura do consumo com o fordismo trouxe modificações consideráveis na sociedade, “com a disseminação da propriedade burguesa por meio da acumulação do capital doméstico e o consumo hedonista, amoral, não familiar”. (SLATER, 2002, p.21). Na década de 1980, houve uma redescoberta do consumismo baseada na priorização dos signos e significados.

Desligado das identidades sociais básicas e da necessidade física, o consumismo torna-se puro jogo de signos. O milagre ideológico realizado pela cultura do consumo na década de 1980 foi vincular essa imagem de superficialidade desarticulada aos valores mais íntimos e profundos e as promessas da modernidade: liberdade pessoal, progresso econômico, dinamismo cívico e democracia política. (SLATER, 2002, p.19)

Slater afirma que a cultura do consumo surgiu em gérmen com a revolução do consumo já no século XVI, fortificando-se no século XVIII com a revolução industrial e disseminando-se como forma de mediação das relações sociais no mundo ocidental com o fordismo. Há várias correntes de estudo que debatem se o consumo precede à industrialização ou não. Mas o que Slater e Baumann (2001) concordam é que a cultura de consumo ganha força quando o consumidor passa a ser mais importante que o produtor. De acordo com Slater (2002), o que dá impulso na cultura do consumo, provocando grandes transformações é a passagem do fordismo para o pós-fordismo,.

1.4.2 O que é a cultura do consumo?

A cultura do consumo, para Slater (2002), significa que os valores culturais, ideias, aspirações e identidades básicas são definidas e orientadas em relação ao consumo e não a outras dimensões sociais como trabalho ou cidadania. O autor afirma que esta característica equivale a dizer que os valores da sociedade não são apenas influenciados pelo consumo, mas derivados deste. Durante muitos anos, a cultura do consumo foi convencionalmente descrita em termos do surgimento do consumo em massa como contrapartida da produção em massa. Até o século XVIII, a palavra consumo significava desperdício, “um afastamento entre o valor e a ordem social e não parte de reprodução desta ordem”. A partir do final do século XVII, houve redefinição do conceito de consumo, que passa a significar demanda. (SLATER, 2002, p.172)

Descrevendo a sociedade contemporânea como materialista, Slater afirma que chega a ser contraditório falar em cultura de consumo, já que o termo “cultura” é comumente definido como preservação de valores que não podem ser comprados, diferente do conceito de consumo. Como os valores deste acabam por invadir outros domínios sociais, a sociedade moderna acaba por se tornar imersa em sua totalidade na cultura de consumo e não apenas nas atividades que estariam ligadas a compra. Slater complementa afirmando que o consumo moderno é mediado pelas relações de mercado.

Não fabricamos nós próprios as mercadorias com as quais reproduzimos a vida cotidiana. Em vez disso, um elemento fundamental de nosso consumo é o ato de escolher entre uma gama de mercadorias alternativas produzidas pelas instituições que não estão interessadas em necessidades ou valores culturais, mas no lucro e em valores econômicos. (SLATER, 2002, p.33).

Para Jameson (1993), a cultura de consumo pode ser vista através de três perspectivas. A primeira é a de que este fenômeno é resultado da expansão da produção capitalista de mercadorias, que resultou da acumulação de “cultura material na forma de bens e locais de compra e consumo”. (JAMESON, 1993, p.31). Tendo como consequência a expansão do lazer, esta característica da cultura do consumo é vista por alguns teóricos como facilitadora de maior igualitarismo e liberdade individual, enquanto que para outros autores essa característica é vista como alimentadora da manipulação ideológica. A segunda perspectiva

apontada por Jameson é que, na cultura de consumo, a satisfação e o status proporcionados pelos bens consumidos dependem da conservação das diferenças sociais.

A terceira perspectiva apontada por Jameson para a cultura de consumo é que proporciona prazeres emocionais “Os sonhos e desejos celebrados no imaginário cultural consumista e em locais específicos de consumo que produzem diversos tipos de excitação física e prazeres estéticos”. (JAMESON, 1993, p.31). Entendendo o papel dos signos como fundamental para analisar a cultura de consumo, Jameson afirma que Baudrillard é o autor que melhor estuda esta relação.

A autonomia do significante mediante a manipulação dos signos da mídia e na publicidade, por exemplo, significa que os signos podem ficar independentes dos objetos e estar disponíveis para uso numa multiplicidade de relações associativas. (...) Assim, a sociedade de consumo torna-se essencialmente cultural na medida em que a vida social fica desregulada e as relações sociais se tornam mais variáveis e menos estruturadas por nomes estáveis. (JAMESON, 1993, p.33-34)

Jameson considera que a cultura pós moderna da sociedade de consumo corresponde a etapa do capitalismo posterior a Segunda Guerra Mundial e utiliza os estudos da Escola de Frankfurt para considerar o signo e a mercadoria como bases fundamentais da cultura de consumo.

A cultura do consumo é marcada por esse sentido duplo da privacidade e suas relações com escolha e liberdade. (...) A queixa constante das tradições críticas é que ao nos tornarmos livres enquanto consumidores, trocamos o poder e a liberdade no trabalho ou na arena política por mero contentamento privado. (JAMESON, 1993, p.36).

É nesta mudança de lógica, quando o consumidor não compra o que precisa e sim o que o faz ter distinção social, passando este ato a ser um fator determinante de sua identidade, uma obrigatoriedade de escolha, e não uma liberdade, que o status social deixa de estar ligado a posições fixas e rígidas de tradição e passa a estar atrelado ao que o indivíduo é capaz de comprar. É a influência da cultura de consumo na identidade, fator característico do início da modernidade e que se consolida com a pós-modernidade.

1.4.3 Cultura do consumo: da tradição ao poder de compra.

Slater (2002) afirma que na sociedade tradicional o consumo era regulado em relação ao status do indivíduo (e não o oposto, que ocorre na sociedade de consumo), que por sua vez estava ligado a sua posição na nobreza e leis suntuárias. Codificadas entre os séculos XIV e XVI, estas leis regulamentavam a comida (os veados do rei, por exemplo), roupas (insígnias das guildas, uniformes e librés) e moradias (casa e mobília), e eram controladas pelo rei e nobreza, a fim de especificar o que podia ou não ser consumido ou utilizado pelas diversas classes sociais, mantendo, assim, status fixos a cada grupo familiar, o que era facilmente visualizado pela sociedade. (SLATER, 2002, p.72). Segundo o autor estas leis foram criadas para preservar uma sociedade agrária e dificultar a mobilidade social e geográfica e estavam fundamentadas numa base divina que ditava padrões de status e consumo.

“Até o século XIX, era costume as leis serem lidas em púlpitos em todas as igrejas pelo menos uma vez por ano, tarefa extenuante, pois só as clausulas relativas ao vestuário tinham mais de cem páginas. (SEKORA, 1977, p.61 apud SLATER, 2002, p.72). Sekora (1977) afirma que o luxo como pecado nessa época era encarado não só como consumo além do necessário, mas como algo que ultrapassa a posição social da pessoa. Slater explica que a partir do século XVII há uma tentativa de ressuscitar a lei em relação ao poder da economia de mercado que já estava permitindo as pessoas comprarem bens e até posições sociais. O fenômeno que se encaixa nesse momento sócio-econômico é o surgimento da burguesia. A resistência ao crescente poder de compra em detrimento do status pela tradição foi tão grande que gerou na Grã-Bretanha uma discussão acerca da revolução financeira ocorrida entre 1688 e 1756.

A acusação central é de corrupção: ordem social, cargo político, relações sociais, autoridade, agora são todos regulamentados pela troca monetária, podem ser comprados e vendidos e agora não estão enraizados no solo tradicional, e sim, no mercado impessoal. (SLATER, 2002, p.73).

Slater argumenta que o próprio status torna-se um bem de consumo e que a cultura passa a ser definida por aquilo que o dinheiro não pode comprar, abrindo um debate acerca de que a cultura de consumo seria uma forma de não cultura ou estaria apartada da alta cultura. Slater (2002) lembra que “cultura do consumo” é um termo contraditório para grande parte do

pensamento ocidental moderno e que os dois termos incompatíveis foram unidos pela modernidade.

O consumo é visto por Baudrillard (1995) como produtor de diferenças, representando troca e sendo inerente às relações sociais, servindo como elemento de identificação e diferenciação. Para entender essas ligações é primordial analisar a lógica da troca: assim como a linguagem precede ao indivíduo, o sistema de troca, de acordo com o autor, também é anterior às pessoas e é consequência de uma lógica de diferenciações. Baudrillard afirma que não há consumo por necessidade de consumir, há uma produção social e as necessidades individuais vêm depois. A cultura do consumo e o pós-fordismo, provocando o deslocamento do status da tradição ao poder de compra, implica grandes transformações na identidade dos indivíduos, bem como nas suas relações com a cultura, instituições e outras pessoas. (BAUDRILLARD, 1995, p.65)

1.4.4 O impacto da cultura do consumo na identidade

1.4.4.1 deslocamento da identidade na pós-modernidade

Uma das principais características da pós-modernidade, segundo Slater (2002), é a mudança nos padrões identitários, que passam a se fragmentar. Para Stuart Hall (2003), essa chamada crise de identidade é “vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais da sociedade moderna e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social” (HALL, 2003, p.7). Hall desenvolve o tema afirmando que ainda são provisórias e sujeitas à contestação as teorias sobre o assunto e que há controvérsias sobre a existência ou não da crise identitária na pós-modernidade. O autor afirma que, para os teóricos que acreditam num colapso da identidade, o argumento se desenvolve assim:

Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX. Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também abalando nossas identidades pessoais, abalando a idéia

que temos de nós próprios como sujeitos integrados. (HALL, 2003, p.9)

Hall explica que esse processo de perda de “sentido em si” pode ser chamado de deslocamento do sujeito. Sobre o mesmo tema, Slater (2002), afirma que as mudanças ocorridas após a década de 1970, como o advento do pós-fordismo e a aceleração do fluxo de informações, foram acompanhadas de uma intensificação na fragmentação da identidade, que, baseada na cultura do consumo, deixou de ter como eixo a tradição para girar em torno do poder de compra. O resultado foi o abandono da estabilidade e a adoção de formas transitórias de identidade, chamadas pelo autor de estilos de vida.

Slater (2002) explica que as regras tradicionais, baseadas em leis suntuárias, antes garantiam à nobreza os cargos políticos, o status social e econômico. Com a chegada do capitalismo, o advento da burguesia e a modernidade, essas regras começaram a ser restringidas, sendo totalmente abaladas com a flexibilização do capital e o surgimento da pós-modernidade, que acabou de desvincular o status social do título de nobreza, associando-o ao poder de compra, havendo então constantes negociações da identidade social e individual. As relações sociais, assim como a cultura influenciada ou produzida por elas, passaram a ser fluidas e transitórias. Nesse mundo líquido moderno, as estruturas sociais que sustentavam as identidades agora estão em constante transformação e os indivíduos têm a seu dispor inúmeras opções de personalidade para utilizar, conforme o ambiente social em que estejam inseridos. (BAUMANN, 2001)

Para Hall, a crise de identidade pressupõe um duplo deslocamento, com a descentração dos indivíduos tanto em relação a seu lugar social e cultural quanto a si mesmos. Ele acredita ser de imensa importância este fenômeno, a ponto de explicar o momento sócio-histórico atual. “Esses processos de mudança, tomados em conjunto, representam um processo de transformação tão fundamental e abrangente que somos compelidos a perguntar se não é a própria modernidade que está sendo transformada”. (HALL, 2003, p.10)

1.4.1.1 As três concepções de identidade

Hall (2003) distingue três concepções de identidade em relação ao contexto sócio-histórico, a fim de estudar as transformações ocorridas com a chegada da pós-modernidade: a do sujeito do Iluminismo, do sociológico e do pós-moderno. Para o autor, a primeira delas apresenta o ser humano como indivíduo

totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades da razão, de consciência e de ação, cujo “centro” consistia num núcleo interior, que emergia pela primeira vez quando o sujeito nascia e com ele se desenvolvia, ainda que permanecendo essencialmente o mesmo – contínuo ou ‘idêntico’ a ele – ao longo da existência do indivíduo. (HALL, 2006, p.10-11).

Sobre a concepção de sujeito sociológico, Hall (2003) afirma que refletia a complexidade da modernidade e a consciência de que o núcleo interior do sujeito não era auto-suficiente. Essa concepção de identidade, baseada em teorias de autores do interacionismo simbólico, prevê que

A identidade é formada na “interação” entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem um núcleo que é o “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem. (HALL, 2003, p.11)

Hall acrescenta que a concepção sociológica preenche o espaço “entre o mundo pessoal e o mundo público”, e que o indivíduo projeta a si próprio nas identidades culturais, internalizando seus significados e alinhando os sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupa no mundo social e cultural. O autor lembra, porém, que essas relações estão mudando, produzindo o sujeito pós-moderno:

O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não- resolvidas. Correspondentemente, as identidades, que compunham as paisagens sociais “lá fora” e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as “necessidades” objetivas da cultura, estão entrando em colapso, como resultado de mudanças estruturais e institucionais. (HALL, 2003, p.12).

Hall ressalta que esse fenômeno transforma a identidade em uma *celebração móvel*, que se modifica conforme as representações nos sistemas culturais que a rodeiam, sendo definida historicamente e não biologicamente. Para o autor, a identidade plenamente unificada é uma fantasia, reforçada pela construção de uma “narrativa do eu” que os indivíduos constroem desde o nascimento. Nesta pesquisa será usada esta última concepção de identidade indicada por Hall, ressaltando que as mudanças nestes conceitos foram ocorrendo de acordo com o contexto histórico e social.

Capítulo 2- A Cultura do consumo e a midiaticização: a formação dos estilos de vida

2.1 Conceito e contextualização do processo de midiaticização da cultura e das relações sociais na pós-modernidade

Os meios de comunicação são fatores fundamentais no desencadeamento das transformações ocorridas com a chegada da modernidade e na transição para a pós-modernidade. Como já explanado no capítulo anterior, entre as principais mudanças que consolidam este período estão a revolução industrial, urbanização, revolução francesa e, na pós-modernidade, a aceleração do fluxo de informações e a compressão do espaço e tempo. Pode-se afirmar que, especialmente os dois últimos fenômenos têm contribuição importante da midiaticização, que, segundo Sodré (2002), é a mediação das relações sociais, institucionais e políticas da maioria das sociedades capitalistas urbanas ocidentais pelos meios de comunicação.

Kellner (2001), Sodré (2002) e Hall (2006) concordam que a influência dos meios de comunicação nas relações sociais torna-se fundamentalmente mais forte após os anos 1960-1970. Há uma mudança política, econômica, cultural e tecnológica no mundo ocidental após as duas guerras e, com a transformação das tecnologias de comunicação, as relações humanas deixaram de ser predominantemente face a face e passam a ser cada vez mais mediadas pelos meios de comunicação. Os correios, telefone, rádio, televisão, imprensa, internet e demais meios de comunicação passam a ser usados cada vez mais frequentemente para transmitir informações que antes só podiam ser repassadas se houvesse contato direto entre indivíduos. Essas mudanças têm impacto na formação das identidades, que, de acordo com Hall, deixam de estar fundamentadas nas instituições e tradições e passam a estar deslocadas, fragmentadas.

Segundo Sodré, na segunda metade do século XX o surgimento de novas tecnologias de comunicação, aliado à aceleração de capital, resultou em maior mobilidade espacial, informacional e social:

A revolução industrial centrou-se na mobilidade espacial, a revolução da informação centra-se na virtual anulação do espaço pelo tempo, gerando novos canais de distribuição de bens e a ilusão da ubiquidade na modernidade tardia – velocidade e fluidez. (SODRÉ, 2002, p.11)

Nos subcapítulos seguintes, serão diferenciadas as categorias mediação e midiatização, através da análise de vários autores, descrevendo o processo pelo qual a mídia torna-se a intermediária das relações humanas e produtora de cultura, tomando o lugar da tradição e da cultura oral, e como esse processo torna-se reproduzidor da cultura de consumo, com a formação dos estilos de vida. Para encerrar o capítulo, será discutido como as diversas mídias difundem os estilos de vida, com ênfase nos meios audiovisuais.

2.1.1 Mediação ou midiatização? As diversas análises teóricas

De acordo com Sodré (2002), sendo potencializado pela revolução industrial e pela urbanização, o uso dos meios de comunicação como mediadores das relações humanas traz muitas consequências às instituições culturais, sociais e identitárias, contribuindo para a fragmentação da identidade. O autor chama esse fenômeno de “midiatização”, diferenciando-o da mediação, que significa fazer comunicarem-se duas partes, que devem ser mediadas por instituições ou outras formas de regulação. A família, a escola e a linguagem são exemplos de instrumentos que podem ser utilizados para mediação social, ajudando a compor as consciências individual e coletiva. Já a midiatização é o processo em que uma ordem de mediações é realizada através da mídia, tendo como resultado uma espécie de “quarto bios” (SODRÉ, 2002), que é uma nova área da experiência humana, na qual predomina a cultura produzida pelo mercado, que será analisado mais detidamente no próximo item.

Para Kellner (2001), a cultura da mídia ajuda a construir a vida cotidiana, criando identidades com as quais os indivíduos se inserem nas sociedades capitalistas contemporâneas, resultando daí nova forma de cultura. “O rádio, a televisão, o cinema e os outros produtos da indústria cultural fornecem os modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, bem-sucedido ou fracassado, poderoso ou impotente. Trata-se de uma cultura da imagem, que explora a visão e a audição.” (KELLNER, 2001, p.9)

Kellner considera que os meios de comunicação e a cultura de consumo acabam por fornecer modelos de pensamento e comportamento, apesar de o público também ter a capacidade de interpretar o conteúdo sugerido. (KELLNER, 2001, p. 11) Segundo o autor, a cultura da mídia fornece maior quantidade de escolhas de modos de vida ao espectador, geralmente baseados no consumo. O autor afirma que a cultura produzida pela mediação dos meios de comunicação está substituindo a família, a escola e a igreja como referências de

identificação. Analisando diversos textos sobre os meios de comunicação, Kellner busca a comprovação de que a fragmentação da identidade no pós-moderno e sua transfiguração em estilos de vida se deve, em grande parte, à cultura da mídia:

Ademais, a cultura está desempenhando um papel cada vez mais importante em todos os setores da sociedade contemporânea, com múltiplas funções em campos que vão do econômico ao social. Na economia, as sedutoras formas culturais modelam a demanda dos consumidores produzem necessidades e moldam um eu - mercadoria com valores consumistas. (KELLNER, 2001, p.29)

2.2 Os efeitos da mediação nas relações sociais: *quarto bios* e sociedade do espetáculo

Como a mediação atua nas relações sociais e na identidade? A questão é tratada de diferentes modos por Sodré (2002) e Debord (1997). Enquanto Sodré afirma que o sistema resultante da intermedia  dos meios de comunica  nas rela es sociais e sua interferência nas identidades, num contexto de tempo e espaço abstratos   chamado *quarto bios*, Debord constrói o conceito de espetáculo para explicar como as representa es passam a ser mais importantes que as identidades e institui es.

Pode-se afirmar que *quarto bios*, espetáculo e cultura do consumo são conceitos que se complementam para explicar a dinâmica da difusão dos estilos de vida na cultura da média, e para entender a própria identidade pós-moderna. Por este motivo, os conceitos de Debord e Sodré foram analisados juntos neste subcapítulo, apesar de Debord haver construído o conceito de espetáculo na década de 1960. Utilizando conceitos de Aristóteles, Sodré explica que cada *bios* representa um campo onde se desenvolve a existência humana, e que além daquele formado pela cultura da m dia, há o da vida contemplativa (*bios theoretikos*), o da vida política (*bios politikos*) e o da vida prazerosa, do corpo (*bios apolaustikos*):

Partindo da classifica o aristotélica, a media o pode ser pensada como tecnologia de sociabilidade ou um novo *bios*, uma espécie de quarto âmbito existencial, onde predomina (muito pouco aristotelicamente) a esfera dos negócios, com uma qualifica o cultural própria (a tecnocultura). O que já se fazia presente, por meio da m dia tradicional e do mercado, no ethos abrangente do consumo, consolida-se hoje com novas propriedades por meio da técnica digital. (SODRÉ, 2002, p.25)

Sodré lembra que o conceito de *quarto bios* tem sido usado em ficções escritas e cinematográficas, como o filme norte-americano *O show de Truman*, em que o protagonista vive numa cidade cenográfica sem saber que todas suas atividades cotidianas estão sendo filmadas e transmitidas ao vivo pela televisão. Esta cidade imaginária, afirma o autor, é uma metáfora para o *quarto bios*. (SODRÉ, 2002)

Debord constrói conceitos diferentes para estudar a mediação dos meios de comunicação, afirmando que a maioria das sociedades urbanas regidas pelo sistema capitalista de produção vive mediada pelo sistema do espetáculo. Segundo o autor, os indivíduos não vivenciam mais relações com pessoas, objetos, ideias e instituições, mas passam por essas experiências através de representações.

Debord explica que o espetáculo pressupõe uma alienação do sujeito em relação à sociedade e a si mesmo, já que os indivíduos se utilizam de representações deles mesmos para estabelecerem relacionamentos e, portanto, não há interações sociais diretas entre pessoas, mas entre as imagens pelas quais estas pessoas querem ser reconhecidas. Essas imagens, em sua maioria, estão fundamentadas na cultura da mídia, em padrões de comportamento ideais exibidos nos meios de comunicação de sucesso, prestígio e consumo: “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p.14).

Para Debord, o espetáculo é a afirmação da aparência como fator mais importante de toda vida humana e este fato é consequência da dominação da economia sobre a vida social, que faz com que os indivíduos passem a valorizar, numa primeira etapa, mais o “ter” que o “ser”, para depois viverem do “parecer”. (DEBORD, 1997, p.18) De acordo com o autor, uma das principais consequências da exposição dos indivíduos ao espetáculo é a formação de estilos de vida, pela assimilação das imagens e padrões de consumo da mídia. Associando o conceito de espetáculo com o dos meios de comunicação de massa, Debord afirma que os últimos não podem ser confundidos com o primeiro, pois a mídia é uma instrumentação utilizada pela sociedade do espetáculo e não o fenômeno espetacular em si.

2.3 *Estilos de vida: formas de identidade produzidas pela difusão da cultura de consumo pela mediação*

2.3.1 *Estilo de vida: O que é?*

Featherstone (1995) classifica estilo de vida como individualidade, auto - expressão e uma consciência de si estilizada, da qual fazem parte a escolha das roupas, o discurso, entretenimentos de lazer etc. De acordo com o autor, na cultura pós-moderna, cada vez mais não há grupos de *status* fixos. Esse movimento da pós-modernidade “estaria sugerindo também a irrelevância das divisões sociais e o fim do social enquanto ponto de referência importante. O fim da relação determinista entre sociedade e cultura anuncia o triunfo da cultura de representação”. (FEATHSTONE, 1995, p.119)

Os conceitos de Featherstone podem ser complementados com as discussões de Debord (1997), que afirma que os estilos de vida são consequência da cultura de consumo difundida no espetáculo. O autor analisa que a representação espetacular dos indivíduos é uma espécie de compensação pela desconexão com a realidade vivida, já que, no espetáculo, o que existe é uma aparência de vivência sem profundidade:

O espetáculo, que é o apagamento dos limites do eu e do mundo pelo esmagamento do eu que a presença-ausência do mundo associa é também a supressão dos limites do verdadeiro e do falso pelo recalçamento de toda verdade vivida, diante da presença real da falsidade garantida pela organização da aparência. O reconhecimento e o consumo das mercadorias estão no cerne dessa pseudo-resposta a uma comunicação sem resposta. (DEBORD, 1997, p.140)

Slater (2002) é outro autor que discute os estilos de vida, utilizando a expressão “modos de vida”. O autor classifica-os como práticas rotineiras de vestir, comer, maneiras de agir e ambientes preferidos, que estão sempre abertos a mudanças de acordo com as transformações da identidade. Estas decisões do dia a dia não estariam ligadas somente à forma de agir, mas de ser e, quanto mais não tradicionais os ambientes, mais as escolhas ou estilos diriam respeito à própria identidade, sua construção e reconstrução.

O modo de vida, para Slater, possibilita uma unidade e ordenamento, reduzindo a quantidade de opções e dando uma sensação de um modelo ou esquema a ser seguido. A

construção da identidade, portanto, deixa de estar atrelada às tradições e passa a estar ligada aos bens consumidos. Slater explica que o modo de vida está ligado, fundamentalmente, a cultura do consumo:

Em primeiro lugar, o modo de vida tende a indicar um modelo puramente cultural: é constituído de signos, representações, mídia e é tão mutável e instável como estes. Em segundo lugar, qualquer pessoa pode, teoricamente, passar de um modo de vida para outro ao mudar de uma vitrine, canal de televisão, prateleira de supermercado, etc, para outro. (SLATER, 2002, p. 90)

Slater conclui, então, que os estilos de vida representam cada vez menos grupos ou comunidades e cada vez mais a transitoriedade da identidade individual e coletiva, relacionando-se à aparência: “Fazer parte da sociedade reduziu-se a identidades que a pessoa veste e desveste a seu bel-prazer, uma transitoriedade que nos empurra além até da solidariedade da subcultura do supermercado de estilos”. (SLATER, 2002, p.90)

Pode-se concluir, portanto, que, sofrendo impacto da cultura de consumo difundida pela mídia, a identidade se fragmenta em estilos de vida, que podem ser trocados de acordo com a utilidade que terão para o indivíduo no contexto social. Utilizando os conceitos de Slater (2002), pode-se perceber que a própria relação do sujeito consigo mesmo é atingida pelo fenômeno da midiaticização e formação dos estilos de vida, já que, no contexto espetacular, cada indivíduo se utiliza de representações para se apresentar à sociedade, tendo uma identidade móvel e descentrada.

2.3.2 Identidade, cultura do consumo, midiatização e estilos de vida

Difundida pela mídia, a cultura de consumo forja padrões de vida, como vestimenta, alimentação, lazer etc., e influencia na imagem dos indivíduos perante a sociedade. A identidade, em sua dupla dimensão – individual e coletiva –, é impactada pela cultura de consumo e frequentemente se modifica conforme os hábitos de consumo. Mediada pelos meios de comunicação, a cultura vigente nas sociedades capitalistas ocidentais é baseada na aparência, e os papéis sociais são reconhecidos através dela. Essas identidades, ao contrário das que servem de referência nas sociedades tribais – sendo coletivamente atribuídas, dizendo respeito a tradições e deveres numa comunidade –, mudam tanto que são conhecidas como estilos de vida. (SLATER, 2002).

A relação, portanto, entre a midiatização, cultura de consumo e estilos de vida é de interdependência, pois, embora as raízes da cultura de consumo existissem antes do processo de industrialização dos meios de comunicação e, portanto, da midiatização, ela (a cultura de consumo) só se consolidou com o funcionamento em larga escala da mídia. Os estilos de vida são resultado do impacto da cultura de consumo na identidade e, na cultura pós-moderna, são disseminados em sua maioria pela mídia, que se tornou o principal meio de transmissão de valores, ideais e regras de conduta.

Sobre o processo de transformação das identidades e da geração dos estilos de vida, Slater afirma que a identidade pós-moderna é marcada pela pluralização: “No lugar de uma ordem segura de valores e posições sociais, há uma variedade e fluidez atordoantes de valores, papéis, autoridades, recursos simbólicos e interações sociais a partir dos quais a identidade social de um indivíduo deve ser produzida e mantida”. (SLATER, 2002, p.86)

Para Giddens (2002 apud SLATER, 2002), a questão da identidade no período de transição de modernidade para a pós-modernidade pode ser dividida em quatro aspectos: o primeiro é que as identidades fixas não são atribuídas sem ambiguidade. Em segundo lugar, a identidade envolve uma pluralização dos modos de vida. Em terceiro lugar, a modernidade substitui a autoridade tradicional por um questionamento e em quarto lugar, a modernidade coloca a experiência mediada no centro da vida social

Slater considera que a grande mudança da tradição para a cultura moderna e pós-moderna é que o consumo é regulado pelo poder aquisitivo, tornando mais acessível a mudança de estilo de vida. Mas essa acessibilidade provoca instabilidade da identidade, sendo causa de crises em larga escala. O autor explica que a crise de identidade caracteriza a cultura da modernidade em transição para a pós-modernidade de diversas formas, transformando a

identidade em algo volátil. O resultado é que os indivíduos estão cada vez mais se identificando através da aparência e construindo suas relações sociais baseadas nessa autopercepção.

Para entender os estilos de vida difundidos na mídia, é necessário analisar o contexto específico em que ocorrem. Isso requer identificar o tipo de mídia e o produto cultural, para, então, analisar o fenômeno num tipo de mensagem específica. Este será o caminho percorrido nesta dissertação, que se concentrará na análise do modelo de transmissão de mensagem dos meios audiovisuais, para depois se concentrar na difusão dos estilos de vida na televisão, e por fim, nas telenovelas. A estrutura da pesquisa parte, então do geral para o específico, culminando com um estudo de caso.

2.4. Os diferentes meios de comunicação e a difusão dos estilos de vida

Como os diferentes meios de comunicação social difundem os estilos de vida? Para responder tal pergunta, é necessário compreender qual o papel que a cultura produzida pela mídia pode exercer no processo de formação das identidades e como as particularidades de cada meio de comunicação podem influenciar nesta relação. Como o objetivo deste trabalho é analisar a relação entre os estilos de vida, cultura de consumo e as telenovelas – sem analisar o resultado da recepção da mensagem no público - será feita breve explanação da relação dos meios de comunicação em geral e o impacto que podem causar na identidade, para depois ser dada maior ênfase ao processo na televisão e nas telenovelas.

Para Canclini (1999), a identidade é uma construção feita de narrativas, pois comumente a fundação de uma cidade ou nação, que ocorre com a apropriação ou invasão de territórios ou independência de um povo, é registrada e transmitida ao público em livros escolares ou em museus, rituais cívicos e discursos políticos. Esses documentos são, portanto, utilizados historicamente para a formação da identidade de uma nação e sua narrativa. Na transição da modernidade para a pós-modernidade, os instrumentos que mais contribuíram para a construção das identidades coletivas, segundo o autor, foram o rádio e o cinema:

Como analisam Carlos Monsiváis e Jesús Martín-Barbero, os programas de rádio contribuíram para que grupos de diversas regiões de um mesmo país se reconhecessem como parte de uma totalidade. (...) Os meios de massa foram agentes

das inovações tecnológicas, nos sensibilizaram para o uso de aparelhos eletrônicos na vida doméstica, e liberalizaram os costumes com um horizonte mais cosmopolita; mas ao mesmo tempo unificaram os padrões de consumo com uma visão nacional. (CANCLINI, 1999, p.139)

Featherstone (1995) concorda que as imagens da televisão e do cinema são parte fundamental no processo de formação das nações, e que cada uma delas é uma coletividade muito ampla para ser vivenciada diretamente pelas pessoas, daí a necessidade da mediação dos meios de comunicação. Utilizando o termo indústria de narrativas – que poderia ser qualificado como um campo da “indústria cultural”, conceito criado por Adorno e Horkheimer (1985) –, Canclini (1999) afirma que aquela tem papel primordial na incorporação das classes populares à cultura hegemônica. De acordo com o autor, a produção em massa dos produtos midiáticos começa a ser intensificada em meados do século XIX, com a demanda popular e o desenvolvimento das tecnologias de impressão e com o folhetim, primeiro tipo de texto escrito no formato popular de massa. O folhetim mais tarde deu origem à fotonovela, à radionovela e, enfim, à telenovela.

Mas como esses diferentes meios de comunicação difundem a cultura de consumo e os estilos de vida? Segundo Sodré, como *quarto bios*, a mídia constrói uma nova moralidade objetiva, pautada na ordem de consumo. (SODRÉ, 2002, p. 51) Analisando a relação entre televisão, pós-modernidade, consumo e identidade, na difusão dos estilos de vida, Kellner explica que a história da televisão se iniciou muito ligada à narração, mas, na pós-modernidade, está mais ligada à imagem.

Nos programas atuais, a imagem foi liberada e ganha mais importância que a narração. Por causa dessa mudança, muitos teóricos apontam para uma superficialidade da televisão, mas o autor ressalta que é necessário analisar tanto a narrativa quanto a imagem, atentando para o modo como os telespectadores contribuem para o modo de recepção da mensagem. O autor, então, ressalta a importância da televisão na reestruturação da identidade contemporânea:

as pessoas realmente modelam comportamentos, estilos e atitudes pela imagem da TV, os anúncios por ela veiculados de fato desempenham certo papel na manipulação da demanda do consumidor, e, mais recentemente, muitos analistas concluíram que a televisão está desempenhando papel fundamental nas eleições. (KELLNER, 2001, p. 303)

Pode-se concluir, portanto, que a mídia, servindo como mediadora das relações sociais e institucionais e produzindo uma nova cultura baseada no consumo, traz como uma das consequências a contribuição para a formação dos estilos de vida, sendo um dos alicerces da cultura pós-moderna. O capítulo posterior será centrado na análise deste processo na televisão e em particular, na telenovela. Logo após haverá um estudo de caso com a novela *Paraíso Tropical*.

Capítulo 3 Televisão, telenovela e a difusão dos estilos de vida

3.1 Televisão, identidade e difusão dos estilos de vida

Como se dá a difusão de estilos de vida nas telenovelas e como é demonstrada nas tramas a relação entre identidade e cultura do consumo? Para responder a tais questões, é necessário analisar o mecanismo de transmissão da mensagem da televisão e quais as estruturas sociais atinge. Segundo Barbero (1997), o impacto que a televisão exerce no meio social se deve mais à forma de mediação do que às estruturas técnicas de produção e recepção. Essa influência pode ser medida tendo por referências três categorias: o cotidiano familiar, a temporalidade social e a competência cultural.

A cotidianidade familiar, segundo Barbero (1997), é responsável por grande parte da pauta da programação televisiva, pois a televisão é construída para a família, que tanto pode influir na programação como pode ser influenciada por ela. Ou seja, através de pesquisas de audiências, as televisões mudam o enredo de suas tramas para agradar ao público, ao mesmo tempo que fornecem modelos de comportamento para as famílias. De acordo com Barbero (1997), a televisão dá outro significado às demandas dos públicos e oferece diversos tipos de padrões de *status* de classe, gênero e relações sociais. Por outro lado, a forma como o público interpreta os conteúdos também transforma a programação, que se torna parte da cultura cotidiana, na qual o tempo e o espaço em que o público a consome (a programação) influencia na compreensão dos temas: “os hábitos de classe atravessam os usos da televisão, os modos de ver se manifestam na organização do tempo e espaço cotidianos”. (BARBERO, 1997, p. 300)

Barbero (1997) entende como temporalidade social o tempo da cotidianidade, o tempo repetitivo, cíclico que a televisão traz de volta e que entra em contraste com o tempo produtivo, valorizado pelo capital. Segundo o autor, ao entrar em contato com o cotidiano familiar, a televisão fornece o tempo cíclico, diferenciada do tempo do trabalho, que é linear. Segundo os conceitos de Marx (2002), o tempo cíclico, do cotidiano, obedece aos imperativos de amanhecer, entardecer, finais de semana e estações do ano, que são sazonais, ou seja, sempre acabam e recomeçam, servindo como referências para festejos, feriados, comemorações religiosas, rituais e tradicionais. Já o tempo linear foi criado com a industrialização e a produção em série, é o tempo que sempre anda para frente, pois equivale

às horas trabalhadas necessárias para produzir determinado capital. Nele, até o tempo de descanso é relacionado ao trabalho, pois é o socialmente necessário para que as energias do corpo do trabalhador sejam repostas e ele possa voltar ao serviço.

A televisão oferece então, um tempo semelhante ao do cotidiano, ao tempo em que as pessoas estão desligadas do trabalho, o tempo onde sempre começam ciclos e terminam. Ou seja, as histórias contadas nas telenovelas brasileiras estão sempre remontando ao início da trama e depois de resolvidos os conflitos, começam outros. As telenovelas normalmente repetem elementos dos capítulos anteriores para que os espectadores que não estão acompanhando todos os capítulos possam entender a história começando a assisti-la em qualquer ponto. As redes de televisão organizam uma programação de novelas de vários gêneros, conjugando espécies diferentes de textos:

Cada programa, ou melhor, cada texto televisivo remete seu sentido ao cruzamento de gêneros e tempos. Enquanto gênero, pertence a uma família de textos que se replicam e reenviam uns aos outros nos diferentes horários do dia e da semana. [...]. (BARBERO, 1997, p.296)

Barbero (1997) revela, então, que a televisão conjuga o tempo da narrativa - que funciona de forma cíclica - com a continuidade do tempo narrado, ou seja, o tempo linear, o tempo do trabalho. Os programas televisivos possibilitariam, então, a mediação entre o tempo do capital e o da cotidianidade. A terceira categoria que serve como referência para a transmissão da mensagem da televisão é a competência cultural. Barbero (1997) afirma que a principal questão a ser levantada abordando este tema é se a televisão está inserida no conceito de cultura ou se influencia e modifica essa ideia. Adepto do segundo argumento, o autor afirma que a televisão relativiza as diferenças sociais e produz uma integração entre a chamada cultura elevada e a popular, ou massiva, entendendo o termo “massiva” como aquela que decorre de uma produção em escala industrial e homogênea.

É importante enfatizar que a discussão de Barbero está sendo contextualizada neste trabalho utilizando o conceito de cultura proposto por Kellner (2001): “A cultura, em seu sentido mais amplo, é uma forma de atividade que implica alto grau de participação na qual as pessoas criam sociedades e identidades. A cultura modela os indivíduos evidenciando e cultivando suas potencialidades de fala, ação e criatividade” (KELLNER, 2001, p.11).

Os estudos de Freire Filho (2009) complementam os de Barbero (1997), pois o

primeiro afirma que a televisão provoca impacto nas identidades e nas relações sociais, transmitindo normas, valores, e opções de comportamento. De acordo com o autor, “fazendo parte do tecido social, como uma de suas instâncias, a televisão acompanha seus movimentos e tendências, é instrumento de veiculação de suas normas e valores, mecanismo de reprodução e manutenção da ordem dominante” (FREIRE FILHO, 2009, p. 30). Filho afirma que a relação entre a televisão e a sociedade é de mútua afetação e que alterações de valores e outras ocorrências na sociedade podem provocar mudanças na programação e no perfil das emissoras:

Lugar de expressão e circulação de vozes, do cruzamento de representações e constituições de novas imagens, a televisão é também um vetor de dinamismo e modificação do seu entorno. É preciso, no entanto, mais do que reafirmar essa circularidade, buscar qualificá-la. (FREIRE FILHO, 2009, p.30)

Freire Filho (2009) destaca ainda que o diálogo entre televisão e sociedade pode ser comprovado através da incidência da novela nas conversações e hábitos cotidianos. O autor acredita que o processo de identificação dos indivíduos com a televisão está cada vez mais presente e que a pauta da televisão está se tornando cada vez mais semelhante à cultura pós-moderna e vice-versa, num processo de retroalimentação. Para o autor, praticamente não há mais diferenças entre “aquele que está na televisão e aquele que assiste. É assim que a televisão se torna o lugar mesmo de realização e consagração do valor maior da nova sociedade, que é o desenvolvimento pessoal e a autonomia individual”. (FREIRE FILHO, 2009, p.28)

A difusão da cultura de consumo e estilos de vida através da televisão é estudada também por Sodré (2002) e Hollanda (2003). Como já afirmado em capítulo anterior, a cultura pós-moderna, da qual a midiatização é um dos fatores impulsionadores, provoca impacto na identidade, fragmentando-a e transformando-a em estilos de vida, que correspondem aos imperativos de mercado.

Para Sodré (2001), a cena videográfica, que é o suporte das imagens eletrônicas, comporta não só tecnologias específicas como também padrões do discurso televisivo. Segundo o autor, a característica técnica da televisão é a precariedade da definição da imagem, que não permite o detalhamento e obriga o telespectador a um envolvimento mais profundo com a história. Já do ponto de vista discursivo, o autor argumenta que a televisão

reúne nos seus produtos os elementos da cultura cotidiana misturados com padrões de consumo vigentes. Analisando a relação entre a televisão e o cotidiano familiar, Sodré afirma que a família é usada como modelo de público-alvo e que a construção televisiva leva em conta a forma de recepção da mensagem para produzi-la.

No broadcast televisivo, a cena videográfica é afetada pelas particularidades da recepção – com o texto televisivo, as pressões do receptor são especialmente significativas porque o espectador mantém relação acidental ou dispersiva com a tela pequena. (SODRÉ, 2001, p.157)

Sobre a relação entre a identidade do público e aquelas apresentadas na televisão, sobretudo nas telenovelas, Hollanda (2003) afirma que os programas televisivos facilitam a criação de novos comportamentos de consumo, que impulsionam a compra de produtos. A autora explica que as novelas exibem estilos de vida consumistas e que esse processo cria promoção objetiva da moda e bens ligados à novela:

A família e o espaço doméstico são o centro do consumo nesse processo inicial de formação de uma sociedade de consumo e continua sendo assim. E a televisão parece ser no Brasil o meio ideal para efetuar essa mudança de comportamentos. (HOLLANDA, 2003, p.30).

Hollanda lembra ainda que a telenovela é um dos produtos televisivos mais importantes na influência do comportamento de consumo e difusão de estilos de vida, por atingir um público relativamente variado em termos de classe social, idade e sexo. Enfatizando a vida nas camadas médias e altas da sociedade, a novela expõe estilos de vida e os produtos que podem ser consumidos para a construção desses estilos.

O uso de personagens de diferentes camadas sociais, faixas etárias e estilos de vida na narrativa consiste numa das estratégias para atrair diferentes camadas da audiência em termos de sexo, faixa etária, classe social. Com o intuito, portanto de manter essa variedade e amplitude de audiência, a novela permite que o espectador se familiarize com uma variedade de mundos sociais diferentes do seu universo particular, com diversos estilos de vida e os bens e serviços associados a esses mundos e estilos. (HOLLANDA, 2003, p.31).

Fator que contribui e demonstra o mecanismo de envolvimento do público com os produtos culturais, favorecendo a difusão dos estilos de vida, é a presença, nas telenovelas e outras programações midiáticas, de características que já fazem parte da cultura dos espectadores. Hall (1980) analisa o impacto da televisão na identidade, afirmando que os produtos culturais apresentados na mídia não são apenas criadas pelos seus autores, mas essa criação é compartilhada pela audiência, já que a mesma é constantemente consultada em pesquisas de opinião sobre suas preferências e opiniões. (HALL, 1980, apud HOLLANDA, 2003). Já Durham (1977), numa análise aproximada de Hall, afirma que os produtos midiáticos contém conceitos que já estavam na cultura popular ou erudita e que são ressignificados pelo público. (DURHAN, 1977, apud HOLLANDA, 2003).

3.2 As origens da estrutura narrativa das telenovelas brasileiras

A telenovela brasileira reúne características do folhetim e do melodrama, de acordo com Barbero (1997), Alencar (2004) e Sodré (2001). Para Sodré, a telenovela mistura elementos do folhetim com referências mitológicas e literárias. O autor explica que a telenovela teria influências de um quase-mito, o que “indica o aproveitamento tecnocultural dos elementos simples do discurso mítico (dualismos, lendas, esteriótipos simbólicos) por fórmulas estabelecidas e articuladas em torno da intriga”. (SODRÉ, 2001, p.162)

Segundo Alencar (2004), a origem do folhetim, ou histórias contadas em capítulos, ocorreu na França, na década de 1830, quando Napoleão decretou censura política e os jornais franceses passaram a ampliar o espaço do rodapé das páginas dos jornais e divulgar os folhetins, que usualmente tinham como tema histórias de amor e aventura, baseadas na mentalidade romântica, na escola romântica e no melodrama do teatro popular. O primeiro folhetim a ser publicado, afirma o autor, foi o romance anônimo espanhol *Lazarillo de Tormes*, em julho de 1836.

Partindo desse ponto, sem grandes pretensões, a história do folhetim acompanhou a própria história do século tanto do seu ponto de vista social quanto estrutural. Assim, mudaram-se os temas, modificaram-se as personagens, e principalmente surgiram novas formas de comunicação que propiciaram novos meios de expressão artística. Contudo, o folhetim, como modo de estruturação de uma história permaneceu, isto é, a história contada em partes, capítulos ou segmentos que

individualmente contêm elementos suficientes para proporcionar o clímax. (ALENCAR, 2004, p. 43)

Alencar (2004) acrescenta que o folhetim acaba sendo levado para as revistas e se torna fotonovela, para depois ir para o cinema em 1940, e ser exibido nas matinês dominicais. O folhetim depois iria para o rádio, assumindo o nome de radionovela e depois para a televisão, passando a se chamar telenovela. Barbero analisa a ligação da novela com o melodrama, que surge por volta de 1790 na França e Inglaterra, reunindo elementos do teatro, feira e literatura oral. O autor lembra que os espetáculos eram ensaiados ao ar livre e a principal característica deles era ridicularizar os problemas sociais.

A ação dramática fornecia o tema para a execução de uma paisagem, o lugar da ação e objeto de uma verdadeira fabricação com base em maquinarias complicadíssimas para a movimentação das decorações e os efeitos óticos e sonoros que encontrarão nas novelas de rádio seu esplendor, tiveram no melodrama não só um antecedente, mas todo um paradigma. (BARBERO, 1997, p.160)

Barbero (1997) explica que a estrutura dramática do melodrama é composta de quatro sentimentos básicos: medo, entusiasmo, dor e riso, correspondendo a quatro tipos de situações (terríveis, excitantes, ternas e burlescas) vividas pelas personagens: o traidor, o justiceiro, a vítima e o bobo. Estes elementos se combinam e formam os quatro gêneros: romance de ação, epopéia, tragédia e comédia. A linguagem do melodrama é a dos relacionamentos familiares e de parentesco. O melodrama ocorre no tempo familiar, mediando o tempo da história e da vida. De acordo com Barbero, desde a canção romântica até a telenovela, o melodrama media uma sociabilidade negada economicamente desvalorizada, mas culturalmente viva. É o tempo da narrativa que afirma e permite que as classes populares se reconheçam nela.

Alencar afirma que o gênero literário novela nasceu na Idade Média com as canções de gesta que eram poemas épicos recitados para jograis e menestrelis. Sua origem é na Espanha e a estrutura de contar em capítulos é da França. Para Alencar, em termos estruturais a telenovela se funda sobre o melodrama do século XVIII. “O roteiro de teleficção é uma peça escrita para comunicar, através de imagem e som, palavras [...]. efeitos sonoros, ação, cinestesia, sentimentos, emoções, conflitos e modificação”. (ALENCAR, 2004, p.49).

Pode-se concluir, portanto, reunindo os conceitos de Sodré, Alencar e Barbero, que telenovela é uma história contada em capítulos e dispõe de uma estrutura narrativa com

semelhanças ao melodrama e no folhetim, contando com uma estrutura dramática próxima aos mitos e outras formas de literatura oral. Para Arbex (1995), a telenovela faz sua comunicação com o espectador pela identificação deste com a trama. Já Marcondes Filho (1988) faz uma análise do poder das telenovelas diante de seu público:

A telenovela faz parte, domina, preenche o cotidiano das pessoas, e, na maioria dos casos, de forma mais rica, mais densa e emocionante que a própria vida. A imediatividade deve-se ao fato de ela estar assim 'colada' ao cotidiano de cada um e substituir um convívio social que por uma série de fatores não se dá mais, mas principalmente, por entrar para esse convívio através de um componente de familiaridade. (MARCONDES FILHO, 1988, p.45, apud GOMES, 2007, p.49)

Para Gomes (1998), um dos motivos da atração do público pelas novelas é que as tramas têm como objetivo resolver situações de conflito e eliminar a ambigüidade. Segundo a autora, por trás de todos os gêneros narrativos e dramáticos se encontram os dramas sociais e a telenovela tem a função de colocar o telespectador na dimensão cotidiana, levando-o a rever seus próprios papéis sociais. Questionando como um grupo de indivíduos elege um gênero narrativo para com ele se identificar, Gomes afirma que

do ponto de vista dos seus efeitos catárticos, a telenovela realiza aquilo que chamamos de alocação de responsabilidades, colocando-nos diante dos procedimentos, inclusive lingüísticos, de resolução de conflitos existentes em nossa sociedade. (GOMES, 1998, p.25-26)

Gomes (1998) explica que as narrativas das telenovelas revelam as experiências que se identificam com os dramas sociais do seu público-alvo. A autora afirma que o espaço que a telenovela tem na vida social brasileira se deve ao fato de relatar experiências de indivíduos com identidade dividida, que está diante de duas formas de tradição opostas : uma a moderna, que se apresenta como inevitável e que a telenovela relata apresentando as mudanças sociais; a outra é a puramente tradicional, que corresponde aos valores que seriam inquestionáveis e eternos. A autora lembra que estes dois sistemas de valores sempre estão presentes nas telenovelas, a exemplo das tragédias gregas, e que as tramas oferecem soluções como a vingança ou a relativização dos fatos. A autora ressalta que na telenovela, diferente do que

ocorre na tragédia, não há confronto explícito entre essas duas propostas, mas que há uma convivência implícita.

3.2.1 O que é a telenovela?

Para definir telenovela, Alencar (2004) lembra a análise de Janete Clair: “novela o próprio nome já diz: um novelo que vai se desenrolando aos poucos”. (ALENCAR, 2004, p.44). O autor afirma que novela vem do italiano novella, da forma latina novella, de novellus, novella, novellum, adjetivo diminutivo derivado de novus, nova, novum. Alencar cita ainda os conceitos de Pallotini (1988), de que o nome novela significava, na idade média, enredo, originando daí a narrativa enovelada, trançada, que estava ligada ao fabuloso. Só no romantismo a novela começaria a ter o sentido literário que possui atualmente. (PALLOTINI, 1998, apud ALENCAR, 2004, p. 44).

Leite e Guerra (2002) explicam que um produto televisivo pode ter três tipos de classificação: localização, formato e estilo de texto ou gênero. Quanto à localização, que compreende o espaço geográfico e temporal onde estão sendo gravadas as cenas, a obra pode ser atual, de época, urbana e regional; e por estilo de texto, a obra pode ser humorística, musical, infante – juvenil, de aventura, de drama, de auditório ou jornalística. Já o formato é como se desenvolve a produção, gravação e exibição do produto televisivo, podendo ser classificada em: aberta, fechada e semi-aberta.

Como neste trabalho está sendo estudada a telenovela, pode-dizer que ela é um gênero de dramaturgia, sendo considerada obra aberta, já que a produção do texto, gravação e sua exibição se dão simultaneamente, e é por isso que muitas vezes algumas personagens tem sua história aumentada na trama ou o final da novela modifica, seguindo apelos dos espectadores.

As autoras lembram que nas obras fechadas o texto já está acabado quando o público assiste à encenação e na obra semi-aberta os processos de texto e gravação são simultâneos, mas a exibição só se dá após o término das duas outras etapas de produção. Quanto à classificação por localização, a telenovela varia, podendo ser gravada na época atual ou se passar em períodos anteriores, o que exige que atores, figurinos e cenário acompanhem a época retratada, com uma pesquisa do contexto sócio-histórico em que se passará a história.

Tendo duração média de sete a oito meses, a telenovela normalmente é dividida em núcleos dramáticos. De acordo com Leite e Guerra (2002), a telenovela se constrói em tempo

muito próximo do cotidiano, o que consolida os conceitos de Barbero (1997) para as referências às mediações exercidas pela televisão. A estrutura de produção das novelas é mais ou menos fixa em cada trama, o que possibilita uma certa fidelidade dos espectadores, que ficam acostumados com a fórmula de produção e exibição e passam a criar um hábito de assisti-las.

3.3 Telenovela e identidade

Hollanda (2003) estuda a relação entre a telenovela e identidade usando os estudos de Geertz (1989). Para a autora, o gênero tende a promover certa educação sentimental através de um processo de reconhecimento dos espectadores dos seus conflitos existenciais nas experiências das personagens, que se daria através da convivência com as narrativas das tramas. O resultado desta relação para a identidade é que os telespectadores podem rever suas posições e papéis sociais de acordo com os conflitos e dramas vividos pelas personagens e as atitudes por elas tomadas. Esta identificação dos espectadores muitas vezes também ocorre em relação a hábitos de consumo e estilos de vida, já que as novelas sugerem soluções de conflitos de identidade muitas vezes através de mudanças ligadas ao poder de compra e status, como se as alterações na aparência modificassem o estado emocional das personagens.

Hollanda explica que o processo de identificação que ocorre hoje nas telenovelas é similar ao que acontecia através de contos de fadas e outros tipos de literatura que forneceram muitas das características narrativas para as tramas, como o paradigma da Cinderela, que será analisado ainda neste capítulo. Hollanda compara a identificação que a identidade sofreria na exposição à telenovela com a situação vivida na sociedade da alta modernidade, ou como neste trabalho convencionamos intitular, pós-modernidade.

A novela não é feita por quem a assiste e não é um ritual no qual é preciso atuar. Ela está inserida no ritmo do cotidiano ao mesmo tempo que promete descansar e relaxar desse mesmo cotidiano, mas trata igualmente de sentimentos.[...].Ademais, a novela efetua comentários acerca de uma sociedade em processo de transformação.(HOLLANDA, 2003, p.207)

Hollanda (2003) lembra que a novela pode influenciar a identidade na medida em que apresenta série de hierarquias de classe, potencial de consumo, gênero, raça e como se deve chegar a alcançar os *status* de prestígio e poder. Segundo a autora, as novelas nem sempre expõem aos telespectadores mundos semelhantes aos seus, mas ao mesmo tempo usa sentimentos e relações sociais que permitem a compreensão de todas essas situações. Hollanda cita Raymond Williams (1992), que comenta que o drama televisionado foi propulsor de certas estruturas de sentimento, ou tendências de comportamento e crenças, que mesmo que pareçam soluções de ordem técnica, são na verdade uma nova forma de encarar o mundo. (WILLIAMS, 1992, apud HOLLANDA, 2003)

Hollanda explica que, para Williams, as estruturas de sentimento são associadas às formas narrativas, onde se desenvolvem, interagem com a sociedade e tornam-se parte dela, atuando na formação da parte sensível ou ligada à subjetividade da identidade. É neste processo de formação da sensibilidade (sentimentos, crenças, valores) que a novela pode permitir que os telespectadores se identifiquem com os personagens. A autora explica que a narrativa e seus diversos personagens e estilos são fonte de informações sobre as práticas culturais da sociedade.

Para Giddens (1991 apud Hollanda, 2003), a noção da reflexividade está presente na pós-modernidade e é uma reconstrução constante do eu, colocando em xeque a manutenção de padrões tradicionais, sendo promovida pelos meios de comunicação de massa e pelos movimentos sociais que questionam a tradição. Hollanda explica que este processo de reflexividade se dá na experiência do espectador de novelas, pelas comparações que fazem entre as personagens e as pessoas com quem convivem em suas vidas cotidianas. A autora cita também conceitos de Meyrowitz (1986), lembrando que a novela mostra ao público contextos culturais em meio à apresentação de grande quantidade de bens e serviços, difundindo inclusive diversos estilos de vida. (MEYROWITZ, 1986, apud HOLLANDA, 2003).

A relação, portanto, entre novelas e identidade passa pela difusão dos estilos de vida, objeto de estudo do próximo subitem. De acordo com Hollanda, a novela mostra como usar os bens de consumo e como eles podem ser utilizados como forma de diferenciação social. Pode ocorrer então a promoção da educação dos sentimentos através do processo de identificação com a telenovela, permitindo ao telespectador a possibilidade de adotar mudança de papéis sociais, redefinindo padrões familiares e estilos de vida.

3.4 Telenovelas, consumo e estilos de vida

Qual a relação entre telenovela, cultura do consumo e estilos de vida? Através do fenômeno da midiaticização, a telenovela acaba tornando-se mediadora das relações sociais, assim como outras instituições como família, escola, Estado, e difundindo padrões de comportamento baseados usualmente na cultura do consumo. Sendo formas transitórias de identidade, (Hall, 2003), produzidas pela cultura pós-moderna, pelos fenômenos da midiaticização, aceleração do fluxo de informações, compressão do espaço-tempo e fragmentação da identidade, os estilos de vida são resultado também da cultura de consumo. Assim, a telenovela - como todos os produtos culturais produzidos pelos meios de comunicação - difundem estilos de vida, que os indivíduos podem adotar em função do meio social em que vivem, trabalham ou desejam se inserir.

Como é baseado comumente na aparência, no poder de consumo, vestimenta e bens, o estilo de vida é efêmero, sendo facilmente trocado por outro. O processo pelo qual o espectador adota um estilo de vida apresentado na telenovela é o da identificação com a personagem, explicado no subitem anterior. Mas o que define quais estilos de vida a telenovela irá apresentar e quais farão mais sucesso entre o público? Como já analisado por Gomes (1998) e Barbero (1997), a telenovela é pautada pelo cotidiano familiar e influenciada pelo público, que pode, inclusive, ser consultado quanto à mudança dos capítulos e à duração da novela. Alencar (2004) lembra que em várias situações os autores pedem a opinião dos telespectadores para o destino de um personagem. Assim, a sintonia com as preferências dos telespectadores e com as características de identidade individual e coletiva pode definir que tipos de estilos de vida a novela divulgará e que terão mais chance de serem adotados pelo público.

Os temas apresentados nas telenovelas normalmente são escolhidos de acordo com o público que pretende alcançar e o horário que serão exibidas. Como no presente trabalho o objetivo é tratar de telenovelas brasileiras globais do horário das 21h, pode-se dizer que os conteúdos giram em torno da cultura urbana e em assuntos como poder, *status*, beleza, corpo, relações sociais e afetivas. Os estilos de vida, por sua vez, refletem estes temas. Segundo Alencar (2004),

Os padrões de comportamento ou as atitudes consideradas legítimas para homens e mulheres constituem-se nestas construções de gênero da mídia. As novelas legitimam a figura da mulher batalhadora, associadas às camadas médias e altas dos grandes centros urbanos. Ao lado desse aspecto há construção do padrão de beleza e corpo, ideais inatingíveis pela desigualdade social. Na busca do corpo ideal, o consumo se generaliza. (ALENCAR, 2004, p. 192)

Para Hollanda (2003), a novela efetua o papel de uma vitrine, que familiariza o espectador com diversos estilos e modas. Para Cristiane Costa (2000 apud HOLLANDA, 2003), as telenovelas têm algumas características que favorecem a difusão e a adoção de estilos de vida pelo público, entre eles os temas repetidos e a identificação com narrativas advindas da literatura, que já foram historicamente sendo difundidas há diversas gerações, fazendo parte da tradição oral de algumas sociedades.

Entre as principais características das novelas que facilitam a identificação do público com as personagens estão a dificuldade de realização do par romântico heterossexual e uma revisitação do conto de fadas da Cinderela, que na história original é uma menina órfã de pai que vive como empregada até receber a visita de uma fada madrinha, tendo acesso a um baile no castelo de um príncipe rico graças a um vestido e carruagem de luxo. Esta narrativa normalmente é atualizada nas novelas comumente através de uma personagem de mulher batalhadora e pobre que acaba ascendendo socialmente pela mudança de identidade através da aparência e da descoberta de uma herança ou formalização de um casamento.

Conjugando as ideias aqui expostas com os conceitos de Williams (1992), que afirma que as estruturas de sentimento são associadas às formas narrativas, pode-se entender que é assim que as telenovelas interagem com os telespectadores. Como afirma Hollanda (2003), os estilos de vida fazem parte do conteúdo através do qual os espectadores se identificam com os personagens, enquanto que estes estilos acabam por se incorporar às práticas culturais da sociedade. É possível concluir, desta forma, que as telenovelas oferecem várias opções de estilos de vida, baseados comumente na cultura do consumo.

Como as relações sociais nas sociedades urbanas ocidentais na pós-modernidade estão basicamente mediadas pelos meios de comunicação, é possível dizer que as telenovelas são produtos culturais que estão dentro do contexto de difusão de padrões de consumo pela midiatização que, segundo Sodré (2002), é o processo pelo qual os meios de comunicação, nas sociedades capitalistas urbanas ocidentais, funcionam como intermediários nas relações sociais e identitárias e passam a substituir cada vez mais instituições que antes realizavam esse papel mediador, como família, escola e igreja.

Ao difundir a cultura do consumo, as telenovelas oferecem como solução possível para os conflitos de identidade os diversos estilos de vida. Pode-se deduzir, portanto, que a telenovela faz parte da cultura midiática que influencia as relações sociais e a formação da identidade, difundindo a cultura do consumo e contribuindo para a formação dos estilos de vida, também resultado da urbanização, industrialização, compressão do espaço-tempo e aceleração do fluxo de informações.

3.5 A importância do figurino para a composição das personagens nas telenovelas

Para Maia (2007), as personagens das telenovelas podem influenciar na configuração dos indivíduos e das estruturas sociais, sendo exemplos do impacto da mídia, especificamente da televisão, na estrutura identitária. De acordo com a autora, esta relação de influência se dá através da mediação social dos meios de comunicação nas relações entre sujeitos. Assim, uma personagem pode influenciar opiniões, comportamentos e reforçar papéis sociais. Como um dos principais recursos dos quais se utilizam os atores na composição de uma personagem, o figurino é um dos mais importantes, podendo estar associado à difusão de estilos de vida, já que reflete a imagem da personagem.

Segundo Velho (2000), a importância do figurino nas encenações televisivas, particularmente nas telenovelas, se compara à vestimenta nas cerimônias religiosas ou místicas, em que as roupas são como parte dos rituais. Sobre a importância das roupas para a construção dos personagens, Barthes (1981) explica que a vestimenta, como figurino é um elemento plástico, se unindo ao cenário e demais componentes da cena.

De acordo com Leite e Guerra (2002), a escolha do figurino não é só uma necessidade de vestir os atores segundo as características do espetáculo, mas de acordo com a estrutura do corpo de cada um, o que exige que o figurinista faça um planejamento. Em função do tipo de encenação, o figurino muda de características, variando em função do meio em que a encenação é transmitida ao público, tendo relação também com a porção e o peso estético dos elementos em cena e a distância do espectador.

Os figurinos das encenações do teatro, cinema e televisão são diferentes, segundo Leite e Guerra (2002). No teatro, eles devem ter ótimo acabamento, já que o espetáculo é encenado várias vezes, já no cinema e na televisão não há necessidade de tanta perfeição, pois as lentes podem ocultar detalhes de imperfeição. Leite e Guerra (2002) afirmam que o figurino é tão

importante para a composição das personagens que é um indicativo de mudanças temporais e espaciais, transformações psicológicas e de status.

Associando a relação entre figurino e sua importância na composição das personagens, pode-se concluir, portanto, que a mudança de estilos de vida nas novelas está intrinsecamente ligada às mudanças de figurino. Podendo ser elemento de grande importância na difusão da cultura de consumo, o modo como uma personagem se veste traz um valor simbólico de comportamento e de atitude e pode contribuir para a identificação do público, pelo processo de identificação analisado no item 3.3. Expostos os conceitos sobre novela, estrutura narrativa, processo de identificação do público com a trama e da construção de personagens, o próximo capítulo aplicará estes e os conceitos dos capítulos anteriores à uma telenovela em particular, através do estudo de caso a seguir.

Capítulo 4 Estudo de caso com a novela *Paraíso Tropical*

4.1 Apresentação do tema e problema

O estudo de caso apresentado a seguir tem como objetivo analisar a novela *Paraíso Tropical*, de autoria de Gilberto Braga e Ricardo Linhares, sob o ponto de vista teórico exposto nos três primeiros capítulos do trabalho. O material a ser analisado serão dez capítulos em fitas de vídeo cassete da novela, exibida pela Rede Globo de Televisão entre março e setembro de 2007, no horário das 21h. Uma análise dos principais núcleos dramáticos, perfil das personagens e resumo dos capítulos (em anexo) acompanhará o estudo do material, além de fotos das principais personagens (também em anexo).

Os capítulos entre as datas 28/08/2007 a 07/09/2007 foram escolhidos por representarem o momento de “virada” da trama, no qual os principais conflitos são expostos e as primeiras soluções começam a surgir. Serão feitos dois tipos de análise: um retratando os principais estilos de vida da telenovela e outro concentrado nas três principais personagens femininas da trama: Taís e Paula (ambas interpretadas por Alessandra Negrini) e Bebel (interpretada por Camila Pitanga).

O objetivo geral do estudo de caso é identificar quais são os estilos de vida mais comuns na telenovela, como estes são expostos (através de figurino, comportamento etc.) e que importância eles têm para a construção das personagens e para a difusão da cultura do consumo no contexto da novela. O objetivo específico é contextualizar os principais estilos de vida das personagens com o referencial teórico dos três primeiros capítulos da dissertação, discutindo os conceitos de pós-modernidade, midiaticização, identidade e cultura de consumo. Será feita uma análise ao final do estudo de caso da contribuição deste para a dissertação como um todo.

A hipótese a ser analisada neste estudo de caso é que os estilos de vida difundidos na telenovela *Paraíso Tropical* representam uma tensão entre o modo fordista de produção, ligado ao trabalho com objetivo de acúmulo de capital, e o modo pós-fordista, ligado ao hedonismo, ou seja, o culto ao lazer e ao prazer imediato em detrimento dos objetivos a longo prazo. As temáticas são relevantes para analisar o advento da cultura pós-moderna, quando os indivíduos deixam de ter como objetivo principal do trabalho a obtenção de renda e status,

com atividades fixas, para terem qualificações mais flexíveis, priorizando a qualidade de vida e ganhando mais possibilidades de mobilidade social pelo consumo. (BAUMAN, 2001).

Sobre as três personagens escolhidas, a hipótese é que a personagem Bebel representa a mudança de identidade através da aparência e as gêmeas Paula e Taís sugerem os dois caminhos possíveis para as mulheres na cultura pós-moderna: a ascensão social através da aparência, no caso da última, e através do trabalho (no caso da primeira). As três personagens põem em discussão temas como beleza, corpo, juventude, relações afetivas e padrões de consumo.

Para analisar os capítulos da telenovela e as personagens, serão utilizados os conceitos já apresentados nesta dissertação sobre cultura de consumo, identidade, estilos de vida e pós-modernidade, dando ênfase aos fenômenos de compressão de espaço e tempo, aceleração do fluxo de informações e fragmentação da identidade.

4.2 Discutindo a relação entre cultura do consumo, identidade, pós-modernidade e estilos de vida em Paraíso Tropical

Tomando por base os objetivos e a hipótese levantados nesta dissertação, pode-se inferir que a midiáticação é uma das fontes de maior influência para formação de estilos de vida baseados na cultura do consumo. Neste estudo de caso, o produto midiático estudado é a telenovela, que foi escolhida por atingir público de todas as classes e idades e por ser um dos produtos de maior destaque no horário considerado nobre das emissoras de televisão abertas (entre 21h e 22h), o que pressupõe maior audiência em relação aos demais programas midiáticos.

O estudo de caso com a novela *Paraíso Tropical* será realizado à luz de diversos conceitos: pós-modernidade, midiáticação, cultura de consumo e estilos de vida, sendo dada ênfase ao fenômeno de fragmentação da identidade. A trama será abordada ainda, utilizando duas das referências apontadas por Barbero (1997) para a mediação social exercida pela TV: a cotidianidade família e a temporalidade social.. É importante ressaltar que neste subitem será realizado um entrelaçamento do eixo teórico da dissertação com a estrutura temática central da novela (seguindo a ordem sequencial em que estão disponibilizados os conceitos ao longo dos três capítulos anteriores), não sendo discutido o impacto da novela na identidade do público, mas sim a relação entre a cultura de consumo e a fragmentação identitária das

personagens dentro da novela, culminando nos estilos de vida. Esta discussão inicial servirá, portanto, de guia e eixo de ligação entre a parte teórica e a análise propriamente dita da telenovela *Paraíso Tropical*.

Analisando as características da telenovela sob a ótica da pós-modernidade, pode-se dizer que ela demonstra a transição da modernidade para o período atual, ao apresentar as relações de trabalho numa grande empresa, o grupo Cavalcante, ainda com características fordistas, como a hierarquia vertical, centralizada em Antenor Cavalcante (interpretado por Tony Ramos) e a característica um tanto familiar, pela presença do sobrinho do dono Olavo (interpretado por Wagner Moura) e de alguém que é considerado um filho para Antenor, Daniel (interpretado por Fábio Assunção).

A alusão do próprio Antenor a sua forma de administrar sua carreira na estratégia “self made man” (homem que se construiu a si mesmo, característica atribuída ao empresário Henry Ford, de onde derivou o termo fordismo) também é outro indício de tendência fordista. Além dessas características, fica claro na empresa que o ritmo de trabalho e as funções são rígidos e não há muito espaço para criatividade, sendo privilegiadas as relações puramente associativas, baseadas na realização de interesses e competitividade. (CASTELLS, 2000). Um dos fatos que confirma isso é que um dos funcionários da empresa, Heitor (interpretado por Daniel Dantas) opta por sair do emprego para exercer a função de cozinheiro no restaurante de Cássio (interpretado por Marcelo Anthony) e fica feliz quando é elogiado, pois afirma que isto nunca lhe aconteceu no antigo emprego.

A crise destas características rígidas de trabalho e a substituição do sistema fordista de produção pelo pós-fordista, com a compressão do espaço e tempo e aceleração do fluxo de informações, é discutida por Harvey, Castells e Sennett. Enquanto Harvey explica que a tendência vertical de organização tende a ser eliminada e que a retirada dela tem impacto sobre as identidades coletivas de trabalho, acentuando a instantaneidade e descartabilidade, Castells afirma que as sociedades estão historicamente determinadas mediante relações históricas de poder, experiência e produção e que as instituições hierarquizam os sujeitos segundo sua posição no processo produtivo.

Sennett (1999) tem uma visão um pouco mais pessimista sobre a flexibilização na relação de trabalho, dizendo que a fragmentação pode afetar o caráter pessoal e acabar por refletir nas relações familiares e sociais, fazendo com que os indivíduos mudem tanto de trabalho ou tenham que despender tantas horas no serviço para atender aos imperativos de mercado que não conseguem formar um caráter pessoal e passá-los para seus filhos. Essa discussão é exibida na trama pela personagem Antenor, pois depois que a esposa se separa

dele ao descobrir um de seus casos amorosos, ele começa a admitir as transações de corrupção com as quais estava envolvido na empresa e começa a mudar seus valores tanto relacionados ao trabalho quanto à família.

A influência da cultura de consumo na construção das personagens e no contexto da trama de *Paraíso Tropical* é tão relevante que foi um dos motivos da escolha da telenovela para este estudo de caso. Desde o local escolhido para a filmagem da maioria das cenas da novela (o bairro de Copacabana) até a área econômica que é fonte de renda da maioria das personagens – o turismo – e o próprio eixo temático das relações sociais, familiares e até político-econômicas da trama, confirmam que *Paraíso Tropical* tem como um dos fatores preponderantes de discussão a cultura de consumo. O bairro de Copacabana é apresentado na trama como o cartão postal da cidade do Rio de Janeiro, local onde os turistas encontram todos os tipos de lazer, inclusive o sexual, e que todas as classes sociais podem conviver.

Sendo um bairro onde a principal atividade econômica é o turismo, Copacabana é abordado em *Paraíso Tropical* como uma vitrine de estilos de vida, pois as identidades dos indivíduos que ali transitam são baseadas na aparência. Os relacionamentos também são voláteis e efêmeros. Esta imagem que Copacabana é o local para exercer este tipo de comportamento é totalmente intencional, tanto que a música de abertura da telenovela “Sábado em Copacabana” (em anexo) relata a história de uma pessoa que trabalha a semana inteira esperando o dia em que possa encontrar um lugar para passear, jantar e namorar e que voltará na semana seguinte para conseguir um novo amor. A imagem, portanto, de que o bairro serve para o lazer, turismo e encontros amorosos é nitidamente reforçada na abertura e na trilha sonora da trama.

O comportamento das personagens de alicerçar suas vidas na cultura de consumo pode ser confirmada na análise dos núcleos dramáticos e principais estilos de vida nos subitens posteriores, mas pode-se dizer que o perfil da maioria das personagens é composto de socialites, executivos de classe alta e média alta, pessoas de classe média alta que almejam subir para classe alta ou pessoas de classe média baixa que querem o *status* de riqueza. Há também as personagens pobres que, através de relacionamentos amorosos e alguns tipos de golpes, conseguem por uns dias frequentar a alta sociedade. A discussão, portanto, da telenovela, está toda alicerçada no *status* obtido através do poder de compra, de como obtê-lo e como mantê-lo. Quem nunca teve o poder de compra ou o perdeu, procura manter as aparências através de bens materiais rotulados como de luxo – imóveis, roupas de grife e joias.

Ao estudar o impacto da cultura do consumo na identidade, Slater (2002) afirma que a

fragmentação é evidente e que valores como local de origem, profissão e estado civil passam a não ter mais preponderância para definir o *status* identitário, que passa a ser qualificado de acordo com o poder de consumo. Para o autor, essa é a característica principal da modernidade em transição para a pós-modernidade, quando o eixo identitário começa a se deslocar da tradição para o consumo.

Sobre o mesmo fenômeno, Hall (2003) constrói o conceito de crise de identidade, que seria o processo de mudança onde se deslocam as estruturas centrais da sociedade e abalam as referências dos indivíduos, que é vivenciada por várias personagens ao longo da novela *Paraíso Tropical*. As personagens Antenor (interpretada por Tony Ramos) e Ana Luisa (interpretada por Renée de Vielmond) vivem esta crise ao se separarem após 34 anos de casamento e Heitor (interpretado por Daniel Dantas) ao sair da empresa onde trabalhou durante anos para assumir cargo com salário menor no restaurante de Cássio (interpretado por Marcelo Anthony).

É importante ressaltar que entre as personagens do núcleo de protagonistas que sofrem maiores mudanças de personalidade, baseados na sua relação com a cultura de consumo estão Bebel (interpretada por Camila Pitanga) e Antenor. O movimento das duas personagens, no entanto, é inverso no que diz respeito a usar a aparência e o poder de consumo para definir sua identidade. Enquanto a primeira sempre tem intenção de utilizar cada vez mais as relações amorosas para subir na escala social, o segundo passa a diminuir a importância dos rótulos materiais após sua separação, se reavaliando como empresário, cidadão e chefe de família.

A identidade, portanto, como exemplificada na novela *Paraíso Tropical*, torna-se móvel sobre a influência da cultura de consumo, que é difundida, sobretudo, através da midiaticização, que é o fenômeno através do qual os meios de comunicação passam a ser mais importantes na mediação social (nas sociedades ocidentais capitalistas) do que as instituições antes consideradas como fundadoras da tradição cultural: família, escola e igreja. (SODRÉ, 2001). Como neste estudo de caso o objetivo não é avaliar a recepção da telenovela, não será observado o impacto da difusão da cultura de consumo via midiaticização no público-alvo, mas será feita uma análise de como a telenovela difundiu estilos de vida e comportamentos ligados ao consumo e ao lazer (especificamente nos subitens posteriores) e do mecanismo através do qual este produto midiático pode suggestionar o público a adotar comportamentos e valores.

A telenovela *Paraíso Tropical* demonstra os conceitos de estilo de vida de Featherstone (1995) - individualidade, autoexpressão e consciência de si estilizada que cada vez mais não estariam ligados a *status* fixos - pois são numerosos os movimentos de subida e descida na escala social das personagens, baseados na obtenção ou perda do poder de compra. Pode-se

concluir, portanto, após um breve entrelaçamento do eixo teórico dos três primeiros capítulos da dissertação com a análise de *Paraíso Tropical*, que a difusão da cultura de consumo pode influenciar na criação de estilos de vida através de vestimenta, alimentação e lazer.

A análise mais específica da forma como a telenovela difunde os estilos de vida já será descrita nos subitens posteriores, cabendo neste item analisar como e por meio de que conteúdo a telenovela *Paraíso Tropical* pode suggestionar o público a adotar valores e comportamentos ligados ao consumo. De acordo com Hollanda (2003) os telespectadores veem suas posições e papéis sociais segundo os dramas e conflitos vividos pelas personagens. Utilizando o conceito de reflexividade – que seria a reconstrução constante do eu –, a autora afirma que este processo tem ligação direta com os meios de comunicação e que a telenovela serviria como referência para as práticas culturais da sociedade, como discutido no subitem 3.3 desta dissertação.

Sendo assim, como já relatado no final do terceiro capítulo, as telenovelas são difusoras de estilos de vida, que podem influenciar opinião e valores. Por relatarem conflitos e dramas semelhantes aos vividos pelos espectadores e terem sua estrutura narrativa e de temporalidade próxima ao cotidiano, as telenovelas tem estrutura propensa a influenciar na formação da identidade dos indivíduos na pós-modernidade. Este fenômeno pode ser demonstrado através das referências apontadas por Barbero para a mediação social exercida pela TV na identidade: cotidiano familiar e temporalidade social.

Pode-se deduzir que *Paraíso Tropical* discute a cotidianidade familiar ao falar do drama das gêmeas que foram criadas separadas e da tentativa de Taís matar Paula para tomar o seu *status* financeiro. A novela é repleta de discussões morais e familiares que desconstruem os valores tradicionais próprios do início da modernidade: a indissolubilidade do casamento e a legitimação social do divórcio (que se deu nos anos 1960 no Brasil) são retratados com o pedido de separação da personagem Ana Luísa (Reneé de Vielmond) nos primeiros capítulos da trama.

Após 34 anos de união, a esposa de Antenor Cavalcante não aceita a traição do marido e, mesmo tendo comportamento tradicional – não tem renda própria e cuida da casa –, reconstrói sua vida sozinha. Mulher de meia-idade, ela inicia tempos depois um romance com um homem na faixa dos 30 anos, que vem a ser um companheiro fiel e comprometido com os valores familiares, priorizando o caráter da companheira, em detrimento da juventude. Na impossibilidade de ter filhos, ela adota com o novo marido uma criança negra de cinco anos de idade e vai morar no exterior.

A história de Ana Luísa e Lucas, seu segundo marido, é um dos vários exemplos da

telenovela no qual os paradigmas tradicionais estão sendo rompidos em detrimento da construção de novas identidades e de valores pós-modernos de relacionamento. Os valores de casamento, divórcio, idade, beleza, maternidade, paternidade e relacionamentos afetivo-sexuais são relativizados na telenovela, que os discute como se pudessem ser vistos por diversos prismas, e encaixados nas diversas identidades de uma só pessoa (nas diversas fases da vida) ou de pessoas diferentes.

Nenhuma das opções ou estilos de vida difundidas na telenovela é classificada como certa ou errada, mas sim adequada a determinados momentos ou situações, sendo ajustados até conforme situações de conflito inesperadas, podendo ser utilizados como soluções momentâneas. Esse modo de viver de praticamente todos os personagens da novela também se aplica ao casal protagonista, que apesar de ter características românticas, adota, em alguns momentos, artimanhas típicas dos vilões, com intenção de se protegerem.

Outros fatores bastante discutidos na telenovela são os valores de juventude, lazer e a opção de solteirice como estilo de vida e não como fracasso em relacionamentos anteriores, falta de crença na vida a dois ou falha de caráter. A personagem Cássio é um exemplo desta escolha, pois ele assume socialmente a opção de permanecer solteiro, embora mantenha valores morais como honestidade, generosidade e sinceridade com as mulheres, deixando claro que só não deseja o casamento. A personagem nunca foi casada e não teve nenhum trauma amoroso exposto na história e quando toma conhecimento que tem um filho com Lúcia (interpretada por Glória Pires), ele o assume financeiramente e lhe dá apoio moral e educacional, mas avisa que o relacionamento entre os dois será de “amigos”, pois não é seu desejo ser pai de família. Ao final da trama, a personagem assume judicialmente a paternidade e tem outro filho com uma nova companheira, dizendo que “demorei muito para amadurecer nesta questão de paternidade”.

Desconstruindo padrões de idade, beleza, matrimônio e maternidade, a telenovela apresenta a personagem Lúcia (interpretada por Glória Pires), que teve um romance quando jovem com Cássio, do qual nasceu Mateus (interpretado por Gustavo Leão), mas preferiu esconder do namorado a gravidez, pois o parceiro havia lhe deixado bem claro que não queria filhos. Para não sofrer uma decepção e proteger o filho, ela assume o bebê sozinha, indo morar no estado do Espírito Santo durante anos. Voltando ao Rio de Janeiro aos 41 anos, Lúcia conhece Antenor, que está na faixa dos 50 anos e com ele assume união estável e tem um filho no final da trama. A personagem reconstrói a vida e é apresentada como símbolo de beleza e ao mesmo tempo de independência, pois mantém sua empresa (um albergue) mesmo tendo um marido rico.

A temporalidade social da novela se mostra através da engrenagem de ciclos, pois em vez de conflitos maiores que só se solucionam no final da trama (como a maioria das novelas das 21h globais exibidas antes de *Paraíso Tropical*), vários conflitos menores ocorrem desde o início da história e se resolvem, surgindo outros dentro dessas soluções ou originados de outras circunstâncias. A telenovela está sempre se renovando e não há movimento tedioso e linear, não sendo previsível ao longo da trama (pelo menos até o período de clímax analisado nesta dissertação), qual o destino dos personagens, com exceção do principal par romântico da trama.

Pode-se deduzir que o fluxo temporal da novela foi adaptado ao cotidiano contemporâneo, no qual as circunstâncias de profissão, *status* social, estado civil, moradia e posições sociais e afetivas do indivíduo pós-moderno estão sempre mudando, obrigando-o a uma constante reinvenção da própria identidade. As personagens da novela *Paraíso Tropical* sempre estão começando e recomeçando suas vidas em função das mudanças de circunstâncias. Como os conceitos utilizados por Slater para a fragmentação da identidade frente à cultura de consumo pós-moderna, não há regras fixas e rígidas de valores e comportamento.

O par romântico principal da novela, Paula e Daniel, segue algumas tradições originadas da literatura e melodrama, como o paradigma de Cinderela, apontado por Cristiane Costa (2000) como bastante comum nas telenovelas. Apesar de ter ficado claro na trama que Daniel foi o bom mocinho que fez com que Paula saísse do *status* de classe média baixa para classe média alta, sua companheira não é passiva e nem sempre é salva por ele, como nos contos de fada. Independente, em muitas cenas Paula toma decisões importantes e no início da novela é ela quem salva o amado de um afogamento.

O casal também demonstra que não possui somente características boas e expressa abertamente emoções como raiva, ódio e até alguma violência, quando usam táticas ilícitas (como invadir o computador de Olavo) para provar que o vilão havia desviado dinheiro do Grupo Cavalcante. Paula e Daniel são protagonistas ativos e não ficam o tempo todo lamentando as injustiças sofridas, esperando respostas externas, como nas literaturas românticas tradicionais ou novelas mexicanas, em que os mocinhos sofrem a novela toda e só conseguem ser felizes no final.

4.3 Análise dos principais núcleos dramáticos da novela e suas relações com o consumo e mobilidade social

Como o objetivo do presente trabalho é identificar a relação entre identidade e cultura do consumo nas telenovelas e analisar o papel dos estilos de vida diante desse contexto, neste estudo de caso serão analisados os principais estilos de vida difundidos pelas personagens e depois aqueles relacionados às três personagens femininas principais da trama. Na análise destes estilos de vida, será observado o modo como são expostos (através de figurino, comportamento) e que importância têm para a difusão da cultura de consumo e para o contexto da trama. Neste subitem, será convencionalizada a divisão da telenovela em quatro núcleos dramáticos, por critério de classe social, *status* e semelhanças de estilos de vida. Será feito ao longo desta divisão uma explanação das temáticas centrais da trama. É importante lembrar que esta segmentação da trama em núcleos foi realizada especificamente para atingir os objetivos prescritos nesta pesquisa e que não representa a posição da emissora de televisão em que foi difundida.

Abordando a vida em várias camadas sociais, a questão da mobilidade social e a forma com que cada personagem se relaciona com o consumo, *status* e a relação entre trabalho e qualidade de vida, a novela tem quatro principais núcleos dramáticos: o de classe alta, o de classe média alta que decaiu, o de classe média baixa que deseja ascender e a pobre, que neste trabalho será analisada juntamente às personagens que sobrevivem de contravenções.

Com base no alicerce teórico apresentado nos três primeiros capítulos desta dissertação, infere-se que uma das principais propostas temáticas da novela é retratar a zona sul da cidade do Rio de Janeiro e principalmente o bairro de Copacabana, como um lugar onde pessoas de várias classes sociais conseguem conviver e que podem mudar de *status* (tanto para cima quanto para baixo) rapidamente, seja por trabalho honesto, contravenções, troca de favores ou relações amorosas. São expostos os mais variados estilos de vida e as personagens interagem tanto com o mundo da alta sociedade quanto com o submundo de Copacabana – da prostituição e pequenos delitos.

O principal núcleo dramático da novela, que é o de classe alta, se concentra numa empresa administradora de uma rede de hotéis no Rio de Janeiro, o grupo Cavalcante, cujo dono é Antenor Cavalcante (interpretado por Tony Ramos). A maior parte das personagens de toda a novela acaba se ligando de alguma forma à empresa, que representa o trabalho ligado à acumulação de capital, com algumas características ainda atreladas às relações fordistas de

trabalho, no qual a qualidade de vida e o lazer ficam em segundo plano.

Os principais executivos do grupo Cavalcante são Daniel (interpretado por Fábio Assunção) – que é filho do caseiro de Antenor e é considerado como familiar por este – e Olavo (interpretado por Wagner Moura), que é sobrinho do grande empresário. No início da trama, Antenor é muito inescrupuloso, mas acaba se modificando após a separação da mulher, Ana Luísa (interpretada por Reneé de Vielmond). Daniel assume no decorrer da trama um importante cargo na empresa e é demitido por causa de manobras ilícitas de Olavo. Depois de desviar verbas da empresa e planejar a morte da mãe, do irmão e assassinar a principal vilã da história, Tais (interpretada por Alessandra Negrini), Olavo morre ao final da trama durante uma briga com o irmão, que também acaba falecendo.

O núcleo do grupo Cavalcante contrasta com o do restaurante Frigideira Carioca, de Cássio (interpretado por Marcelo Anthony), que, apesar de ser muito disciplinado com o trabalho, não deixa de praticar esportes radicais e caminhadas na praia, privilegiando a qualidade de vida e o prazer, acima do acúmulo de capital. Pode-se deduzir que os dois núcleos da trama – o de classe alta e o de classe média alta (representado principalmente por Cássio e as personagens ligadas ao restaurante) apresentam as mudanças dos indivíduos na sua relação com o trabalho e a possibilidade de mobilidade social, ocorridas durante a transição da modernidade para a pós-modernidade, que segundo autores como Slater (2002), são mais intensas a partir da segunda metade do século XX.

No grupo Cavalcante, os valores fordistas ainda estão latentes, e no núcleo do restaurante de Cássio e as personagens a ele ligados, o importante é a qualidade de vida e a criatividade no trabalho, características mais próximas de uma empresa pós-fordista. Cássio é um representante de classe média alta que não se importa de continuar no mesmo patamar, privilegiando o trabalho como meio de alcançar prazer na vida. Mantém com Taís (interpretada por Alessandra Negrini) uma relação aberta no início da trama e é contrário a casamentos ou compromissos formais, até conhecer Joana (interpretada por Fernanda Machado).

O terceiro núcleo da novela é de personagens de classe média baixa, como a família de Nely (Beth Goulart) e Heitor (Daniel Dantas) e as filhas, Joana (interpretada por Fernanda Machado) e Camila (Patrícia Werneck) e socialites decadentes que moram no prédio da área menos nobre de Copacabana (Copamar), entre eles o casal Belisário Cavalcante (Hugo Carvana) e Virgínia (Yoná Magalhães), que são sustentados por mesada de Antenor (interpretado por Tony Ramos). Este núcleo é marcado por personagens que desejam ascender socialmente ou que já estiveram na classe média alta, mas perderam seu *status*. Também

fazem parte desse grupo os pais de Lúcia (interpretada por Glória Pires), que, ao contrário dos moradores do Copamar, são felizes com sua situação financeira. Ao voltar do Espírito Santo, Lúcia monta um albergue no casarão dos pais, em sociedade com Paula (Alessandra Negrini).

O quarto núcleo da novela é o de pobres honestos ou que têm objetivo de ascender socialmente a qualquer preço: através de crimes, prostituição, chantagens ou relações amorosas. Jader (interpretado por Chico Diaz) é uma das principais personagens desse núcleo, um cafetão que sai da Bahia com Bebel (interpretada por Camila Pitanga) para tentar a vida em Copacabana e vive da exploração da prostituição, furtos, falsificações e outras contravenções. Bebel é prostituta do bordel da mãe de Paula no início da trama e graças a seu poder de sedução, consegue muitas vantagens financeiras se envolvendo com executivos como Antenor e Olavo, por quem se apaixona.

No final da novela, Bebel se casa com um senador e ao longo da trama sofre várias mudanças de identidade, de prostituta a mulher sofisticada, voltando para garota de programa e vice-versa. Outro importante integrante deste núcleo é Ivan (interpretado por Bruno Gagliasso), que inicia a trama com um emprego humilde no principal hotel de Antenor Cavalcante, sendo filho de uma socialite decadente, Marion Novaes (interpretada por Vera Holtz) e meio-irmão de Olavo, vivendo de pequenos furtos. Ele acaba se envolvendo com Taís e praticando diversos crimes.

No núcleo classe baixa da novela, ainda estão as personagens pobres, mas que sobrevivem de trabalho honesto, como Eloísa (interpretada por Roberta Rodrigues), que trabalha no restaurante de Cássio, e Zoraide (interpretada por Thais Garayp), que é empregada doméstica de Antenor Cavalcante há muitos anos e no final da telenovela viaja com Ana Luisa para o exterior.

Além de ser marcada pela discussão da mobilidade social e trabalho para o acúmulo de capital ou qualidade de vida, outra temática importante da novela é a relação entre duas irmãs gêmeas interpretadas por Alessandra Negrini: Paula e Taís. Enquanto a primeira mora na Bahia no início da trama, onde a mãe é dona de um bordel, a segunda mora no Rio e é criada pelo avô, que nunca lhe contou sobre a irmã. As duas acabam tornando-se rivais, porque Paula, que sempre quis ganhar a vida honestamente, se apaixona por Daniel (grande executivo do grupo Cavalcanti) e Taís planeja tomar o lugar da irmã para casar com o executivo e herdar o dinheiro da empresa. Para conseguir o que deseja, Taís é capaz de tentar matar a irmã duas vezes, forjando também sequestro do irmão adotivo para extorquir dinheiro da sua família, sendo também acusada da morte do artesão Evaldo.

Pode-se concluir, portanto, que sob o pano de fundo da discussão sócio-política do valor

do trabalho e da mobilidade social frente a transição da modernidade para a pós-modernidade e das mudanças que a identidade sofre perante os fenômenos típicos da contemporaneidade, como a difusão da cultura de consumo e formação dos estilos de vida, a novela *Paraíso Tropical* é material para estudar também os dramas familiares e suas respectivas relações com as referências apontadas por Barbero para explicar influência da televisão na mediação das relações sociais e identitárias: a cotidianidade familiar e a temporalidade social.

As questões teóricas levantadas ao longo dos três primeiros capítulos serão discutidas a seguir tomando por objeto de estudo os principais estilos de vida da novela como um todo. Já a análise das três principais personagens femininas da trama será feita com base nos dez capítulos escolhidos da telenovela: de 28/08/2007 a 07/09/2007 e nos conceitos de pós-modernidade, cultura do consumo, identidade e estilos de vida.

4.4 Principais estilos de vida da telenovela Paraíso Tropical

Como explanado no item anterior, a telenovela *Paraíso Tropical* tem como característica principal expor as escolhas de consumo das personagens como marca de sua identidade, num ambiente onde o turismo e o comércio são as fontes principais de renda. A volatilidade das identidades, assim como das relações sociais, familiares e afetivas é um fator preponderante na trama.

A novela *Paraíso Tropical*, como já explanado anteriormente, é difusora de diversos estilos de vida e discute valores como trabalho ligado ao acúmulo de capital e ao *status* social ou qualidade de vida, beleza, juventude, aparência e relações fluidas, temas relevantes para a análise da pós-modernidade segundo Bauman (2001), Slater (2002) e Jameson (1993). Mas a trama também discute temas morais e mais duradouros como valores familiares, de caráter e conflitos sociais.

Ao longo da história, ocorrem várias mudanças de *status* motivadas ou por escolhas em prol da qualidade de vida, por casamento, ou por contravenções. Heitor é um exemplo de personagem que muda de estilo de vida ao sair do grupo Cavalcante, onde era gerente de vendas, para preferir um trabalho mais tranquilo e que realizava seus anseios de criatividade. Bebel ascende socialmente por relacionamentos afetivos várias vezes, com Olavo, Antenor e, no final da trama, com um senador. Taís, que começa a novela como trabalhadora autônoma de classe média baixa vendendo joias e trabalhando em eventos, tem os momentos de classe

média alta, quando troca de identidade com Paula, mas ao final da trama acaba tendo seus crimes descobertos e passa a viver uma vida de fuga, morando em hotéis baratos e descendo o *status* para pobre.

A novela se passa em Copacabana, que é um bairro da zona sul do Rio conhecido por atrair vários turistas e pela diversidade cultural, abrigando desde socialites até prostitutas e cafetões. Os principais estilos de vida expostos na novela acompanham a divisão convencionada neste trabalho em núcleos dramáticos. Serão expostos os cinco tipos de estilo de vida correspondentes, ligados à difusão de cultura de consumo e resultado da fragmentação da identidade frente ao sistema pós-fordista de produção, aceleração do fluxo de informações, compressão espaço-tempo e outros processos próprios da pós-modernidade.

Os principais exemplos de estilos de vida propostos pelo núcleo de classe alta são o de Antenor Cavalcante e Olavo. Os executivos mostram a sua identidade não somente através de sua profissão, mas através do dinheiro gasto em carros luxuosos, garotas de programa, apartamentos e roupas caras. O caráter sempre ligado ao acúmulo de capital e humor sujeito a altos e baixos são marcantes nas personagens, assim como a desvalorização dos vínculos mais duradouros como a família (a esposa, no caso de Antenor e a mãe e o irmão, no caso de Olavo).

Tanto Olavo como Antenor privilegiam as relações associativas, baseadas em interesse profissional e troca de favores até no campo familiar e amoroso, em detrimento das relações afetivas (CASTELLS, 2000). A construção de relacionamentos fluidos e a dificuldade de manter um caráter (no sentido dado por Sennett (1999), de conjunto de valores que continuam com o ser humano durante toda a vida) são outras características das personagens, que mudam seu comportamento de acordo com o interesse material que os move. Antenor muda de comportamento no meio da trama e começa a reparar algum de seus danos, após seu divórcio e casamento posterior com Lúcia (interpretada por Glória Pires).

Aplicando as teorias explanadas nos três primeiros capítulos, é possível concluir que os estilos de vida propostos por esses personagens são de identidade baseada no *status* de profissional bem-sucedido no ramo do turismo, sustentada pelo poder de compra. A importância deste estilo de vida para as personagens e contexto da trama é que sua aparência e *status* difundem o estereótipo de empresários que promovem a corrupção e são responsáveis ou se envolvem indiretamente nos principais crimes da novela ligados a grandes somas de dinheiro. A cultura de consumo é, nestas personagens, vivida no seu extremo, já que elas se definem pelo que podem comprar.

No segundo núcleo dramático da telenovela, é possível citar como exemplo principal o

personagem Cássio (interpretado por Marcelo Anthony), que possui renda equivalente à classe média alta, mas que privilegia a qualidade de vida em detrimento do acúmulo de capital através do trabalho. O estilo de vida proposto por este personagem é o do adulto jovem entre 30 e 40 anos, solteiro convicto, empresário, mas praticante de esportes radicais. Cássio demonstra esse estilo de vida por suas roupas caras, mas despojadas, pelos carros e por seu restaurante, que apesar de ser sofisticado, possui pratos mais populares. Ele também é adepto de relacionamentos afetivos fluidos, mas mantém relação de caráter baseados em valores duradouros com todas as pessoas com as quais convive, sendo honesto quanto à sua escolha de não ter compromisso matrimonial. Também é benevolente com todos os funcionários e estimula a criatividade e participação na empresa, que está forjada pelos valores pós-fordistas de produção.

Pode-se concluir, aplicando os conceitos de Bauman (2001), Slater (2002) e Jameson (1993) sobre pós-modernidade, cultura de consumo e estilos de vida, que Cássio é um empresário pós-moderno que privilegia o modo hedonista de viver. Suas escolhas, como manter relacionamentos não oficializados, praticar esportes radicais, o modo como cria o filho que vem a conhecer mais tarde (como se fosse seu amigo) e até o relacionamento duradouro que inicia com Joana (interpretada por Fernanda Machado) posteriormente (que não é registrado oficialmente), marcam o comportamento típico da contemporaneidade.

No terceiro núcleo dramático da novela, há as personagens de classe média baixa que querem ascender ou que eram de classe média alta e decaíram. As personagens Belisário (interpretado por Hugo Carvana) e Virgínia (interpretada por Yoná Magalhães) são um casal de socialites que perderam todo o dinheiro e vivem da mesada de Antenor, mas que fazem questão de manter as aparências do *status* social de classe média alta através de roupas de grife, joias e presença em eventos sociais da alta sociedade. Eles demonstram esse estilo de vida quando optam por gastarem sua renda para aparentar ter mais dinheiro do que realmente têm, em vez de prover recursos mais importantes para a subsistência. A opção por morar em Copacabana, que é um bairro tradicional de zona sul onde ocorrem importantes eventos como o Ano Novo, embora de moradia mais barata que outros, como Leblon e Ipanema, também marca o estilo de vida dos ex-socialites.

No quarto núcleo dramático da telenovela, o maior representante do estilo de vida que vive de contravenções é Jader, que promete a Bebel uma vida de luxo ao trazê-la da Bahia para o Rio de Janeiro, mas a coloca no calçadão de Copacabana para explorá-la como prostituta. Além de ser cafetão, Jader (interpretado por Chico Diaz), ganha dinheiro com extorsão, falsificações e outros negócios escusos, que mantém com executivos como Olavo.

Possui diversos apartamentos (conjugados) onde mantém algumas pessoas que trabalham para ele, como a própria Bebel e Ivan (interpretado por Bruno Gagliasso).

Jader se considera o “rei do calçadão” e tem muitas relações com altos executivos, seus clientes, a quem oferece o trabalho das garotas de programa e realiza falsificações e outras transações ilícitas. Seu comportamento, o modo de falar errado, as roupas que lembram o estereótipo do malandro carioca, compõem um estilo de vida daquele personagem que tira vantagem e consegue dinheiro aparentemente sem fazer muito esforço. A importância do estilo de vida de Jader para o contexto da trama é que ele é a personagem que predominantemente transita entre todas as classes sociais, servindo de ligação entre as personagens de todos os núcleos dramáticos e vários crimes.

Com a apresentação dos núcleos dramáticos da telenovela convencionados neste trabalho e os principais estilos de vida difundidos por cada um, é possível perceber que a cultura do consumo e o modo de vida pós-moderno dominam as personagens e o que caracteriza seus comportamentos são a luta para obtenção de *status*, a perda deste *status* ou a obtenção dele, mesmo sem intenção. Personagens como Paula e Bebel são exemplos de posições opostas frente à obtenção de *status*: enquanto a primeira eleva sua classe social não intencionalmente ao casar com Daniel, Bebel luta para obter uma relação com um homem rico que lhe permita subir na escala social. As duas trocam completamente o figurino ao mudarem de posição social e de identidade dentro da sociedade. Paula, que nunca usou o corpo como instrumento de obtenção de *status*, passa a usar vestidos de tecidos mais caros, fluidos, que valorizam a beleza, porém não exaltam a sensualidade em primeiro plano. Já Bebel, ao se relacionar com um homem rico, passa a usar vestidos justos, de tecidos que marcam as curvas do corpo e joias caras, evidenciando os decotes.

A mudança de identidade das personagens, portanto, está acompanhada de mudança de aparência e de poder de compra. O trabalho e o valor que cada personagem lhe dá, bem como o que se faz com a renda adquirida também é um tema recorrente na novela. No núcleo de classe média baixa, Joana luta para juntar dinheiro para comprar uma loja, mas acaba sendo roubada pelo namorado. Quando conhece Cássio, ganha de presente uma loja e passa também a mudar o estilo de cabelo, maquiagem e figurino. Sua mudança de *status* para classe média alta não é intencional, embora ela já estivesse procurando um meio próprio de renda através da abertura de um comércio de flores.

As personagens Bebel e Paula serão melhor analisadas nos subitens a seguir, enquanto que a conclusão da aplicação das teorias apresentadas nos três primeiros capítulos, com a intenção de responder aos objetivos deste estudo de caso e a contribuição para a dissertação

como um todo fechará o capítulo.

4.5 -Perfis das personagens a serem analisadas nos capítulos de 29/08/2007 a 07/09/2007

(fonte: www.paraisotropical.globo.com)

Taís (interpretada por Alessandra Negrini) - Bonita, egoísta e inteligente, vive na periferia da sociedade carioca. Seu maior desejo é fazer parte do mundo dos ricos e faz de tudo para alcançar o que deseja. Vende joias e se diz representante de um designer estrangeiro que ela mesma inventou. Apesar de ter sido criada pelo avô Isidoro (Othon Bastos), o tem como um peso que a impede de ascender socialmente. Namora Cássio (Marcelo Anthony), com quem mantém uma relação aberta.

Paula (interpretada por Alessandra Negrini) - Bonita, sorridente, forte e decidida, não tem nada de ingênua. Muito ética, faz de tudo para ser justa com os outros. Foi criada por Amélia (Suzana Vieira), mas não concorda com a atividade profissional dela, que é dona de bordel. Sofreu preconceito por causa do trabalho da mãe, mas nunca deixou de amá-la e de respeitar as meninas que lá trabalham. Nem imagina, porém, que tem uma irmã gêmea. Romântica, vive um sonho dourado quando conhece Daniel (Fábio Assunção).

Bebel (interpretada por Camila Pitanga) - Linda, atraente e sem caráter, é uma das meninas do bordel de Amélia, onde mantém um ar de superioridade em relação às companheiras de trabalho. Ambiciosa e individualista, se torna amante do cafetão Jáder (Chico Diaz) e passa a trabalhar para ele no calçadão de Copacabana. Vai ter diversos envolvimento amorosos, mas só se apaixonará por um homem: Olavo (Wagner Moura).

4.5.1 Análise da personagem Bebel

Dentre os elementos que compõem uma personagem estão, além do figurino, a trilha sonora, a maquiagem, os trejeitos, o sotaque e o vocabulário. Bebel (interpretada por Camila Pitanga), apesar de ser atriz coadjuvante, fazendo par romântico com Olavo (interpretado por Wagner Moura), ocupou lugar de destaque na trama e para este trabalho pode ser a personagem que melhor exemplifica a mudança de identidade através da aparência e da cultura de consumo. Sendo mulata e com curvas bem definidas, tem o tipo físico típico da mulher brasileira que é preferida pelos turistas estrangeiros.

Para a composição da personagem de prostituta, Bebel usava no início da trama um figurino extremamente sensual: collants tipo “engana-mamãe”, que se tornaram um modismo na época da novela. Inteiros na parte da frente e deixando as costas nuas, esses collants eram em geral de crochê, o que realçava a cor da pele da atriz. Os cabelos encaracolados, os brincos grandes e batons avermelhados, as saias curtas e botas compridas completavam o figurino de garota de programa.

Um dos jargões mais utilizados pela personagem era “catiguria”, que significava no contexto da trama sofisticação, valor pessoal e “borogodó”, que significava boa performance sexual. O rebolado e o jeito sempre sincero de ser completavam o perfil comportamental da baiana. O estilo de vida de Bebel é, portanto, alicerçado na obtenção de renda e *status* através do corpo e da juventude. Sua identidade é muito fragmentada, pois ela muda de estilo de vida pelo menos quatro vezes durante a trama. Uma das características que consegue modificar na sua personalidade, fora as roupas e o poder de compra, são as regras de etiqueta que aprende com Marion (interpretada por Vera Holtz).

Na mudança de *status* no início do primeiro capítulo analisado neste estudo de caso (28/08/2007) Bebel, após frequentar a alta sociedade com um cliente rico, comprar roupas de grife e adquirir comportamento de socialite (graças a um curso de etiqueta), acaba perdendo o relacionamento e tendo que voltar para um dos apartamentos de Jader, colocando suas roupas para vender. Ela implora trabalho para o cafetão e volta a vestir bustiês e saias curtas, para conseguir exercer sua profissão de garota de programa no calçadão de Copacabana.

Ao voltar ao calçadão, Jader diz que Bebel perdeu o “rebolado” e não saberia mais exercer a profissão por ter ficado muito educada. Ela volta ao trabalho dizendo frase que define sua posição de “camaleoa” na trama, deixando claro que usa estilos de vida como se fossem roupas em seu cabide: “estou mudada por fora, mas o borogodó nunca se perde”.

Bebel muda de identidade através da aparência três vezes ao longo dos dez capítulos selecionados para este estudo de caso.

No capítulo do dia 28/08/2007, Bebel está sem dinheiro e Jader resolve vestir um mendigo com roupa de rico e fazê-la acreditar que teria novamente um cliente de luxo. Este é mais um episódio da novela onde aparece a característica da sociedade atual de ser moldada pela cultura de consumo, pois pela imagem do cliente, Bebel acredita que ele seja rico, e depois de atendê-lo, Jader faz com que o “cliente” minta dizendo que não gostou dos seus serviços. Em nenhum momento, ela duvida da classe social do homem. Bebel passa, então, ao longo dos dez capítulos analisados neste estudo de caso, de uma posição de quase socialite para a de prostituta, podendo isso ser notado em todos os componentes da personagem, desde a roupa, o cabelo até sua linguagem.

Aplicando os conceitos já explanados no subitem 4.2 de pós-modernidade, difusão da cultura de consumo e impacto na identidade e formação de estilos de vida à personagem Bebel, pode-se dizer que ela utiliza diversos estilos de vida à disposição em Copacabana, convivendo com pessoas de várias classes sociais e tendo de ser pelo menos tolerada na alta sociedade muitas vezes por seus relacionamentos afetivos. Por esse motivo, sua identidade é fluida e muda de acordo com o ambiente e com o relacionamento que mantém – tanto de trabalho como afetivo. Por ser prostituta, o único relacionamento amoroso que mantém com característica de afetividade é com Olavo, que também é volátil, já que o executivo nunca assume publicamente um compromisso.

Apesar de sua profissão e desvios de caráter, demonstra sinceridade nas suas atitudes e não é adepta de crimes mais graves, como assassinato, o que ajuda a compor uma personagem cômica. A importância do estilo de vida de Bebel para o contexto da trama é que ela representa toda a classe de prostitutas e do submundo de Copacabana que não necessariamente são criminosos intencionais, mas que buscam viver a vida através de troca de favores e algumas negociações com pessoas de moral duvidosa.

4.5.2 Análise da personagem Paula

A personagem Paula, protagonista da trama junto com a irmã Taís, ambas personagens interpretadas pela atriz Alessandra Negrini, demonstra seu estilo de vida através da dedicação ao trabalho e suas roupas, que no início da novela são simples, de tecidos mais baratos e sempre discretas. Seu modo de falar, trejeitos e maquiagem são suaves, ao contrário da irmã que prefere cores fortes e maquiagem mais pesada. Quando sai da Bahia para morar no Rio de Janeiro, cria uma sociedade com Lúcia num albergue, evidenciando seu estilo de vida trabalhador e simples.

Apesar de sofrer mudança de *status* social para classe média alta ao casar com Daniel, esse ganho financeiro não é intencional, pois a relação entre os dois se baseia na afetividade e não na associatividade (Castells, 2000), alicerçada em valores duradouros e não fluidos, como prevê Bauman (2001) ao falar da cultura pós-moderna. Mas apesar de a relação entre o casal protagonista ser tradicional no aspecto da afetividade, a cerimônia de casamento se enquadra mais nos moldes da modernidade em transição para a pós-modernidade, pois Paula usa vestido curto, o casamento é numa área ao ar livre e as relações do casal são praticamente igualitárias, sendo as decisões tomadas por ambos, ao contrário da tradicional divisão de tarefas típica dos casais antes do século XX.

Paula também não é uma “mocinha” passiva e deixa claro sentimentos negativos e alguns erros, passando uma imagem de humanidade e não de bondade extrema. Ao casar com Daniel, ela passa a vestir roupas mais sofisticadas e de tecidos mais caros, tendo um visual mais feminino. Ressaltando a sua beleza e juventude, as roupas de Paula valorizam o corpo, mas sem exagero de sensualidade. Paula passa por quatro mudanças importantes de estilo de vida na trama, dois deles durante os dez capítulos analisados: ela inicia a novela como classe baixa, filha da dona de um bordel em Marapuã, no estado da Bahia; passa a ter uma vida de classe média baixa ao dividir sociedade com Lúcia num albergue e, entre os capítulos de 28/08/2007 a 07/09/2007, ela muda de classe média alta e esposa de Daniel a presa e acusada de assassinato na delegacia, para depois ser solta e voltar a morar num apartamento em Ipanema.

Sobre os objetivos e hipótese deste estudo de caso e a importância deles para a dissertação como um todo, pode-se deduzir que Paula é uma personagem que representa a transição entre a modernidade e pós-modernidade, pois é uma mulher solteira de 31 anos no início da trama, independente e que não pretende utilizar o casamento como sustentáculo para

sua vida financeira, apesar de valorizar os valores tradicionais do casamento. A importância do estilo de vida da personagem para a trama é que ela, juntamente com Daniel e Lúcia, equilibram os exemplos de moralidade na novela, mostrando que é possível possuir uma renda alta e usufruir do poder de compra, mudando o estilo de vida, mas sem mudar o seu caráter, não deixando que o consumo o defina.

No aspecto dos valores morais, poderia ser dito que Paula não é absorvida pela cultura de consumo, apesar de conviver e ter que, em alguns momentos, utilizar alguns recursos que ela dispõe para resolver questões importantes. A hipótese do estudo de caso, portanto, se confirma. Usando conceitos de Sennett (1999) sobre a corrosão do caráter frente à cultura pós-moderna e pós-fordista, é possível afirmar que a personagem Paula mostra um caminho a ser seguido de construir uma narrativa para manter o caráter pessoal e as relações de confiança mútua, assunto abordado no primeiro capítulo, subitem 1.3.1. Lembrando que Sennett considera que caráter seria os valores mantidos a longo prazo, no aspecto de lealdade e compromisso mútuo, e que as condições sócio-políticas do pós-fordismo estariam fragmentando as identidades e relações sociais.

4.5.3- Análise da personagem Taís

A personagem Taís, maior vilã da telenovela, ao lado de Olavo, interpretada pela atriz Alessandra Negrini, é o oposto de Paula em personalidade e estilo de vida. Usando o corpo, a sensualidade e troca de favores para obtenção de *status*, Taís privilegia a aparência e o poder de compra como marca de personalidade. Usando roupas justas, com decotes e de cores preferencialmente chamativas, a vilã pode ser diferenciada da irmã, através do cabelo que é totalmente liso e da maquiagem bem marcada por rímel e lápis preto nos olhos.

Ao contrário de Paula, as relações de trabalho, sociais e amorosas de Taís são predominantemente associativas (movidas por interesse) e a única pessoa com quem mantém relações onde ocorre algum afeto é Ivan (interpretado por Bruno Gagliasso), seu cúmplice tanto no sequestro de Zé Luiz (seu irmão adotivo), que serviria para extorquir dinheiro de Paula, quanto na chantagem a Antenor.

No início da trama, Taís mantém uma relação aberta com Cássio, que lhe ajuda financeiramente mais de uma vez, chega a ter um caso com Olavo e depois com Ivan. Suas relações amorosas, assim como as amizades, sempre têm como objetivo obter status ou mantê-lo, o que se enquadra nos padrões de relacionamento fluidos descritos por Bauman (2001). A personagem passa por várias mudanças de identidade ao longo da trama, começando como trabalhadora autônoma, mas se fazendo passar por representante de um designer de joias estrangeiro, ela trabalha depois como produtora de eventos para Marion, que lhe dá abrigo durante um tempo. Depois de ter seus crimes descobertos, seu *status* cai muito, pois passa a morar em hotéis baratos e a vestir jeans e camiseta.

As relações profissionais, assim como sociais e familiares da personagem Taís também são voláteis e efêmeras, pois ela não consegue um emprego fixo por querer ganhar muito dinheiro fazendo pouco esforço. Quando recebe a proposta de Antenor de separar Paula e Daniel, ela tem a ideia de matar a irmã e ocupar o lugar dela em seu casamento. O plano é descoberto pela Polícia e Taís e Ivan se tornam criminosos foragidos. No capítulo do dia 28/08/2007, os dois cúmplices estão num hotel muito pobre e são descobertos pela Polícia, saindo em fuga. Ela chantageia Antenor, pedindo-lhe R\$ 1 milhão para fugir do país, mas um dia depois é encontrada morta no apartamento de Daniel e Paula. O mistério de sua morte só é revelado no fim da trama.

Aplicando os conceitos de pós-modernidade, difusão da cultura do consumo e seu impacto na identidade e formação dos estilos de vida à personagem Taís, pode-se dizer que

sua identidade é totalmente forjada pela cultura de consumo, mudando de acordo com seus interesses, assim como seus relacionamentos. A importância do estilo de vida para a construção da personagem e contexto da trama é que Taís constrói uma identidade baseada na aparência e com objetivo de obter renda através de atividades ilícitas ou relacionamentos amorosos, sendo a principal vilã feminina da trama. Seu estilo de vida também contribui para diferenciá-la da irmã, que é igual a ela fisicamente, mas que tem comportamento moral e posição em relação ao consumo totalmente oposta.

4.5.4 Conclusão do estudo de caso e análise de sua contribuição para a dissertação

Algumas conclusões podem ser tiradas deste estudo de caso e de sua importância para a discussão teórica anterior: A telenovela *Paraíso Tropical* demonstra, através dos estilos de vida das suas personagens, um contexto de transição da modernidade para a pós-modernidade, através da discussão da tensão entre os modos fordistas e pós-fordistas de convivência na empresa do Grupo Cavalcante e no restaurante Frigideira Carioca. O modo de vida pós-moderno está presente também nas relações fluidas e voláteis e na mudança de identidade de várias personagens através do poder de compra. É possível dizer que a telenovela difundiu a cultura do consumo através da imagem de Copacabana como bairro onde seus moradores e frequentadores podem, de um momento para outro, através do consumo, passar a frequentar a alta sociedade e elevar seu *status*.

Aplicando, portanto, os objetivos da dissertação como um todo ao estudo de caso, conclui-se que a relação entre identidade e cultura do consumo na telenovela *Paraíso Tropical*, é que a cultura do consumo pode contribuir para a formação de estilos de vida. Conclui-se, ainda que os estilos de vida mais comuns na telenovela se assemelham à divisão convencional neste trabalho para os núcleos dramáticos: pessoas de classe alta que privilegiam o trabalho como forma de acúmulo de capital e negligenciam a família, tendo com elas relações associativas, pessoas de classe média alta que privilegiam a qualidade de vida e têm relações flexíveis de trabalho e relações sociais e amorosas efêmeras. Há ainda as que tentam manter o *status* com aparências e aquelas que são de classe baixa e desejam ascender através de relações amorosas.

A maioria dos estilos de vida da telenovela demonstra o embasamento da identidade no poder de compra, apesar de algumas personagens conseguirem manter valores e crenças duradouras. Através da análise do comportamento, figurino, modos de falar etc., as personagens mostram seus estilos de vida, que ajudam a compor suas posições no contexto da trama.

Sobre as três personagens escolhidas, foram confirmadas as hipóteses de que elas representam a mudança de identidade através da aparência e mobilidade social, no caso de Bebel, e as gêmeas Paula e Taís representam os dois caminhos possíveis para as mulheres na cultura pós-moderna: a ascensão social através da aparência, no caso da última, e através do trabalho (no caso da primeira).

Buscando uma análise interpretativa de um produto midiático específico – a telenovela

Paraíso Tropical – sob o ângulo da exposição dos estilos de vida e a difusão da cultura de consumo, focalizados em capítulos e personagens específicas, o presente estudo de caso demonstrou uma das possíveis aplicações da teoria exposta nesta dissertação. Esta visão específica e direcionada converge com o caminho percorrido na análise teórica do trabalho que partiu do conceito de pós-modernidade e deslocamento do eixo identitário, avaliou a contribuição da difusão da cultura de consumo via mediação para a fragmentação da identidade e finalizou com a análise dos estilos de vida.

Utilizando os conceitos de pós-modernidade, mediação, cultura de consumo e estilos de vida, o presente estudo de caso teve como objetivo identificar os estilos de vida mais comuns na telenovela *Paraíso Tropical*, como são expostos e que importância têm para a construção das personagens e para a difusão da cultura do consumo no contexto da trama. O objetivo específico foi contextualizar estes estilos com o referencial teórico dos três primeiros capítulos da dissertação. Sobre tais objetivos e o método utilizado para chegar a ele, pode-se afirmar que os resultados obtidos confirmam a hipótese lançada no estudo de caso, servindo também como consolidação e complementação do referencial teórico da dissertação.

O entrelaçamento da teoria dos três primeiros capítulos com a análise da novela ajudou a atingir os objetivos da dissertação: identificar a relação entre identidade e cultura do consumo nas telenovelas, tomando como referência a mediação exercida pelos meios de comunicação nas relações sociais pós-modernas e analisar o papel dos estilos de vida diante desse contexto. Já a análise dos principais estilos de vida na telenovela *Paraíso Tropical* como um todo, dentro da divisão em núcleos dramáticos, em relação às classes sociais, contribuiu para atingir os objetivos específicos do estudo de caso.

A análise dos capítulos e das três principais personagens atendeu à meta de demonstrar como os estilos de vida contribuem para compor as personagens e de que modo influenciam no contexto da trama, além de dar visão mais específica da difusão da cultura de consumo, através da análise mais minuciosa de figurino, maquiagem, comportamento e outros componentes da personagem.

Pode-se concluir, portanto, que a telenovela *Paraíso Tropical* tem elementos de discussão para a relação entre a transição da modernidade para a pós-modernidade e a mudança no eixo identitário, assim como a importância da cultura de consumo na atual sociedade e nas relações sociais. Através da análise dos capítulos, foi possível observar que as personagens das diversas classes sociais giram em torno do poder de compra, tanto querendo obtê-lo como mantê-lo.

Os capítulos escolhidos para análise mostram o momento em que as consequências da

busca desenfreada pelo poder de consumo tem efeitos contrários para as personagens Taís e Ivan. Mostram também a forma como o casal protagonista se relaciona com a ameaça de perda de seu status social e financeiro. O estudo de caso relacionou a teoria exposta em Slater, Bauman, Castells, Harvey e Sennett principalmente, com as escolhas que caracterizam a identidade das personagens, demonstrando, assim, como os autores incorporam a formação dos estilos de vida nas telenovelas e como difundem os padrões da cultura de consumo. Através dessa discussão, fica claro que, ao admirar determinada personagem, o telespectador se expõe também a toda uma gama de significados ligados não só à semelhança com seu cotidiano familiar e social, mas também com as escolhas ligadas ao consumo.

A proposta do estudo de caso se enquadra, portanto, em demonstrar o mecanismo de construção das personagens imbricada pela cultura de consumo e estilos de vida e o potencial que a telenovela tem, através do fenômeno da midiaticização de influenciar o público. A importância do estudo de caso para esta dissertação se verifica, então, na demonstração da teoria de difusão da cultura de consumo num produto midiático apontando as características que este produto apresenta para tornar essa disseminação possível.

Conclusão

Sugerindo identidades transitórias - estilos de vida - através da difusão da cultura do consumo via midiaticização, as telenovelas brasileiras estão em processo de retroalimentação com a cultura pós-moderna. Analisando o deslocamento e fragmentação ocorrida com a identidade durante o período de transição da modernidade para a pós-modernidade, principalmente após os anos 1970, foi possível concluir neste trabalho que a midiaticização, juntamente com a aceleração do fluxo de informações e a compressão espaço-tempo, são alguns dos fatores que impulsionaram tal mudança.

A cultura de consumo, como exposto por Slater (2002), teve seu germen antes da revolução industrial, mas se consolidou com a chegada da modernidade e, mais tarde, da pós-modernidade. Portanto, respondendo às questões iniciais deste trabalho, sobre a relação entre a identidade e a cultura de consumo nas telenovelas, pode-se concluir que a segunda influencia a primeira, o que pode torná-la suscetível de ser fragmentada em estilos de vida. (HALL, 2006).

Estudando a modernidade, foi possível concluir que os principais fatores que caracterizam este período foram a revolução industrial, revolução francesa e urbanização, que trouxeram grandes transformações econômicas, políticas e sociais, estando a identidade, no início da modernidade, gradualmente deixando de estar atrelada à tradição e passando a ser cada vez mais ligada ao poder de compra.

Um dos fatores que vieram com a modernidade e contribuíram para o deslocamento do eixo identitário foi a divisão do trabalho social, que impulsionou o surgimento das classes da burguesia e proletariado. Antes apenas dominados por homens que tinham títulos de nobreza herdados de suas famílias de origem, os cargos políticos passam, com a modernidade, a ser gradualmente ocupado também por burgueses, que começavam a adquirir este status social através do poder de consumo.

O sistema de produção que caracteriza a modernidade (entendendo-a como período até a primeira metade do século XX) é o fordismo, onde as atividades e o sistema de trabalho são rígidos e a hierarquia é praticamente fixa. O surgimento do pós-fordismo, com o fluxo de informações e a compressão do espaço-tempo são fatores que consolidam a pós-modernidade, contribuindo para o deslocamento da identidade, que passou a estar cada vez mais baseada na aparência.

A aceleração do fluxo de informações, sendo fruto do surgimento dos meios de

comunicação e ampliação dos meios de transporte, permitindo a mobilidade geográfica, juntamente com o novo sistema flexível de acumulação de capital, contribuiu para a compressão espaço tempo, que teve impacto nas relações sociais. De acordo com Castells (2000), a urbanização, somada aos fenômenos próprios da transição da modernidade para a pós-modernidade, trouxe modificação nas relações que passaram de afetivas e primárias (face a face) para associativas (baseadas no interesse).

A cultura de consumo, de acordo com Slater (2002), surge em gérmen antes da revolução industrial, (com o advento do fordismo, se consolidando depois com o pós-fordismo). Como afirma Hall (2003), as instituições nas quais antes estava alicerçada a formação identitária, como igreja, escola, família, passam a ser cada vez mais efêmeras e sujeitas a mudanças, enquanto que a midiaticização ocupa esse lugar de formação cultural.

A midiaticização é um dos fatores que constituem a transição da modernidade para a pós-modernidade.e, para Sodré (2002), é o processo pelo qual a maioria das sociedades urbanas, capitalistas e ocidentais passa a ter as relações sociais mediadas pelos meios de comunicação. Pode-se dizer que este processo está relacionado a aceleração do fluxo de informações e a compressão espaço tempo. Assumindo as identidades baseadas na cultura dos meios de comunicação, que comumente difundem o consumo, os indivíduos acabam por se utilizarem de estilos de vida para conviverem na sociedade.

Pode-se deduzir, então, que os fenômenos de midiaticização e cultura do consumo associados contribuem para fragmentação da identidade, difundindo estilos de vida, que substituem as regras rígidas que norteavam o eixo identitário até o início da modernidade. Conclui-se, portanto, que são construídas relações entre a atuação da mídia como mediadora das relações sociais, a difusão da cultura de consumo, a fragmentação da identidade e os estilos de vida, que, de acordo com Featherstone (1995), significam individualidade e auto-expressão, da qual fazem parte a escolha das roupas, o discurso e entretenimentos de lazer.

A televisão foi escolhida para esta dissertação por ter como uma das referências de mediação - segundo Barbero (1997) - a cotidianidade familiar. A telenovela, por sua vez, possui características a mais que reforçam a facilidade de difusão de cultura de consumo e estilos de vida. Através da exposição de dramas e conflitos semelhantes aos dos espectadores, os indivíduos podem criar vínculos com as personagens e aceitar sugestões de soluções para sua vida através de comportamentos baseados no consumo.

Além da característica da novela de estar ligada à cotidianidade familiar, soma-se outro elemento importante deste produto midiático e que contribui para a difusão de estilos de vida, segundo Hollanda (2003): a repetição de fórmulas e o uso de características ligadas à

literatura e temas universais, como o conto de fadas da cinderela, que aumenta o grau de identificação dos espectadores e facilita a adoção de comportamentos sugeridos. Conclui-se, portanto, que a telenovela, a cultura de consumo, a midiaticização e os estilos de vida se retroalimentam, sustentando padrões que constituem o cenário pós-moderno.

Retomando os objetivos geral e específico da dissertação, justificativa, metodologia e hipótese, pode-se deduzir, em primeiro lugar, que a hipótese de que telenovelas contribuem para a difusão de estilos de vida baseados na cultura do consumo foi confirmada. Quanto ao objetivo geral: analisar a relação entre identidade e cultura do consumo nas telenovelas, pode-se dizer que a mídia, sendo mediadora das relações sociais, contribui para a difusão dos estilos de vida, que podem ser adotados pelos expectadores.

Pode-se dizer ainda que a relação entre a cultura de consumo e a identidade das personagens nas telenovelas é que a primeira influencia a segunda, usando como instrumento a midiaticização. O papel dos estilos de vida neste contexto é que estes são apresentados na trama como soluções possíveis aos conflitos e dramas dos indivíduos, já que a vida pós-moderna oferece cada vez menos estabilidade para a formação das identidades e dos vínculos sociais, através de alicerces de instituições como família, igreja, estado e escola. (HALL, 2006). Como essas instituições estão cada vez mais fragmentadas, devido ao processo de aceleração do fluxo de informações e compressão espaço tempo, é cada vez mais difícil formar hábitos e valores permanentes - que de acordo com Sennett (1999), garantiriam a formação do caráter.

È possível concluir ainda que a metodologia utilizada na dissertação foi eficaz para elucidar os principais fatores que constituíram a passagem da modernidade para a pós-modernidade e a importância da cultura de consumo e da midiaticização neste período, assim como as transformações na identidade e o uso cada vez maior dos estilos de vida pelos indivíduos.

Como não foram buscados os efeitos da midiaticização e da difusão da cultura de consumo no público, porque isso demandaria em pesquisa de campo e recepção, esta dissertação apontou os elementos que constituem, dentro das telenovelas, a identidade das personagens e que se coadunam com a cultura de consumo e os estilos de vida da pós-modernidade. Enquanto os três primeiros capítulos discutiram a importância dos fenômenos pós-modernos na sociedade e como são intermediados pela mídia, o quarto capítulo procurou demonstrar como, numa telenovela, a construção identitária das personagens sofre influência dos padrões de cultura de consumo e estilos de vida vigentes na pós-modernidade, difundindo estes através da trama, num processo de retroalimentação. Daí as afirmações de autores como

Hollanda (2003) e Freire Filho (2009), de que a televisão não é somente assistida pelo público, como este também contribui para a construção desta.

O processo, portanto, de constituição da personagem e da história que se desenrolará na telenovela, está em constante contato com o contexto sócio-econômico do autor que a escreve e da sociedade em que vive. Pelo processo de criação e produção, que foi exposto nesta dissertação, os capítulos são escritos simultaneamente com a filmagem, o que permite uma troca de informações entre o autor e os telespectadores durante o processo de exibição da telenovela. Nesta relação autor-telespectadores, são criados, alimentados, sugeridos valores de consumo, família, status, etc, sendo possível, portanto, uma dupla influência.

A proposta de demonstrar o mecanismo de produção da telenovela e apontar as características que denotam a difusão da cultura de consumo e estilos de vida no produto midiático escolhido para o estudo de caso teve, portanto, o objetivo de sugerir que é possível o intercâmbio entre a narrativa deste e a narrativa da própria vida da maioria das sociedades capitalistas urbanas ocidentais, que segundo Sodré, sofrem efeito da midiaticização. Especificamente, do público consumidor freqüente de telenovelas.

Esta dissertação torna-se importante, desta forma, para estabelecer vínculos entre os principais fenômenos que influenciaram e influenciam a identidade na transição da modernidade para a pós-modernidade e o fenômeno de midiaticização e difusão dos estilos de vida desencadeados pelas telenovelas brasileiras, demonstrado aqui com o estudo de caso. Longe de afirmações ou constatações, a pesquisa propõe, aponta e sugere novos caminhos para o olhar sobre a telenovela e sua relação com a cultura de consumo, com a identidade e os estilos de vida.

Surgindo juntamente com a consolidação da pós-modernidade e midiaticização, pode-se sugerir que a telenovela seja resultado de uma imbricação entre a mídia, a industrialização, a aceleração do fluxo de informações e a compressão espaço-tempo. Ao mesmo tempo, também é possível observar, segundo Hollanda (2003), que ela tenta resgatar um pouco da cotidianidade familiar e do tempo vivido fora do trabalho, dedicado ao prazer e ao entretenimento. As influências que esta dupla característica da telenovela exercem na difusão da cultura de consumo e dos estilos de vida na pós modernidade foram os motivos dos principais esforços deste trabalho.

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **A Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. Indústria cultural: O iluminismo como mistificação das massas. In COSTA LIMA, L (org.) **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. p.155-204.

ALENCAR, Mauro. **A Hollywood Brasileira: Panorama da Telenovela no Brasil**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de. **Telenovela, consumo e gênero: "muitas outras coisas"**. Bauru, São Paulo: Edusc, 2003.

ARBEX, José. **O poder da TV**. São Paulo: Scipione, 1995.

BARBOSA, Livia; Campbell, Colin. **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BARTHES, Roland. **O sistema da moda**. Lisboa: Edições 70, 1981.

BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica da economia política do signo**. Lisboa: Editora: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: As conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CASTELLS, Manoel. **A questão urbana**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2000.

CASTELLS, Manoel. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2007.

COSTA, Cristiane. **Eu compro essa mulher – romance e consumo nas telenovelas brasileiras e mexicanas**. Rio de Janeiro; Zahar, 2000.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto. 1997.

DURHAN, Eunice. **A dinâmica cultural da sociedade moderna. Ensaios de opinião**. Rio de Janeiro: 2.2, 1977

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FREIRE FILHO (org.), João. **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.

GEERTZ, Clifford, **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1989.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Ed da Unesp, 1991.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

GOMES, Laura Graziela Figueiredo Fernandes. **Novela e sociedade no Brasil**. Rio de Janeiro; EdUFF, 1998.

GOMES, Vanda Viana. **Moda & Telenovela: Reinventando o mercado do corpo**. 2007. 70f. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Comunicação Empresarial) Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro, 2007.

HALL, Stuart. (Ed). **Media, Language, working papers in Cultural Studies**, London: Mental Research Institute, 1980.

HALL. Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2003.

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG. 2006.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Loyola, 1998.

HOHLFELDT, Luiz C. Martino; Vera Veiga França. **Teorias da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2001.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo. Lógica cultural do capitalismo tardio**, São Paulo: Ensaio, 1993.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia. Estudos Culturais: Identidade entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru. São Paulo: Edusc, 2001.

LEITE, Adriana; GUERRA, Lisete. **Figurino: uma experiência na televisão**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2002.

MAIA, Aline Silva Correa. **Telenovela projeção, identidade e identificação na modernidade líquida**. *Revista Ecompós- UFRJ*, Rio de Janeiro, vol 9, 2007 . Disponível em <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/174/175>

MARCONDES FILHO, C. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Editora Moderna, 1988.

BARBERO, Jesús Martin. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARX, Karl. **O Capital: crítica da economia política: Livro 1: o processo de produção do capital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

MEYROWITZ, Joshua. **No sense of Place**. New York: Oxford University Press, 1986.

NOGARET, Guy Chaussinand. **A queda de Bastilha: o começo da Revolução Francesa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1988.

Novela Paraíso Tropical .Direção de Dennis Carvalho e José Luiz Villamarim. De Ricardo Linhares. Rio de Janeiro, Rede Globo de Televisão, 2007. Gravação em fitas cassete VHS, acervo particular. Capítulos entre 29/08/2007 a 07/09/2007.

PALLOTTÍNI, Renata. **Introdução à dramaturgia**. São Paulo: Ática, 1988.

REDE GLOBO, 2012. **Novela Paraíso Tropical**. 2007. Rio de Janeiro. Perfil das personagens, ficha técnica, fotos e resumo dos capítulos. Disponível em: <<http://www.paraisotropical.globo.com>>. Acesso em: 05 de julho de 2012.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade**. São Paulo: Cortez, 2001.

SEKORA, J. **Luxury: The concept in western thought, eden to smollet**. Baltimore, MA,: Johns Hopkins University Press, 1977.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter- Consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo**. São Paulo: Editora Record, 1999.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: Uma teoria da comunicação linear e em**

rede. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a Cultura: A Comunicação e seus Produtos.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes. 4ª edição 2001.

SLATER, Don. **Cultura do Consumo & Modernidade.** Tradução de Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002.

VAGALUME. **Paraíso Tropical (novela).** Maria Bethânia – Sábado em Copacabana.

Disponível em: <<http://www.vagalume.com.br/paraíso-tropical/maria-bethania-sabado-em-copacabana.html#ixzz22LKjxSFv>>. Acesso em: 05 de julho de 2012

VELHO, Beatriz Alves. **A moda brasileira e a telenovela: um estudo exploratório.** 2000, Trabalho de conclusão de curso (dissertação de mestrado), COPPEAD, UFRJ, Rio de Janeiro: 2000.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo.** São Paulo: Cengage Learning, 2008.

WILLIAMS, Raymond. **Television: Technology and cultural form.** Inglaterra: Hanover University Press of New England, 1992.

WIRTH, L. **Urbanism as a way of life.: American Journal of Sociology,** Estados Unidos da América, vol. XLIV 1938.

**ANEXO A – Resumo dos capítulos analisados de *Paraíso Tropical*,
exibidos entre os dias 28/08/2007 e 07/09/2007**

Cúmplices em fuga – terça-feira, 28/08/2007

Zé Luís descobre que o motorista é Ivan e que Taís está fingindo ser Paula. Lúcia avisa Paula do seqüestro. Daniel, Paula, Lúcia e Hermínia interceptam o táxi de Ivan. Taís ameaça Zé Luís e exige que Paula e Daniel lhe dêem R\$ 350 mil. Hermínia se descontrola. Zé Luís escapa e abraça Paula. Ivan e Taís fogem. Marion reage fortemente quando Lúcia diz que Ivan e Taís são cúmplices e amantes. Tatiana sugere que Bebel venda suas roupas. Marquinhos é batizado. Antenor e Ana Luísa se emocionam lembrando-se do filho que tiveram. Cláudio se preocupa quando Marion diz que Taís pode acabar com sua reputação. Jáder diz a Ivan que consegue comprador para o carro. Bebel deixa suas roupas em consignação em um bazar. Iracema se impressiona com o ódio que Belisário demonstra por Taís. Paula chora e diz a Ana Luísa que Taís não deveria existir. Bebel pede perdão a Olavo que nem a escuta. Fernanda conta a Mateus que Camila e Fred se separaram. Taís vai ao Duvivier e finge ser Paula, mas Vidal descobre a farsa. Ela sai correndo e ele a segue. Bebel pede que Jáder lhe arrume trabalho. Vidal avisa Paula que Taís entrou em um hotel. (REDE GLOBO, 2012, *on-line*).

Meias verdades e mentiras deslavadas – quarta-feira, 29/08/2007

Olavo garante ao delegado que internou Paula, pois pensava que era Taís, e que não sabia que Guedes a mantinha dopada. Jáder diz a Bebel que arrumou um cliente rico para ela. Lúcia e Antenor são chamados a depor. Antenor diz que jamais se encontrou com Taís a sós. Paula diz a Vidal que espere Daniel na porta do hotel e entra para falar com Taís. Taís se assusta ao ver Paula. Paula não percebe que Ivan está no banheiro e diz a Taís que a polícia está chegando. Ramos ouve Paula dizer que sua vontade era matar Taís. Ivan desacorda Paula. Ivan e Taís fogem pelo telhado. A polícia entra no hotel. Daniel acode Paula. Jáder combina com Elias enganar Bebel. Antenor e Lúcia concordam que Zoraide vá morar em Boston. Elias finge ser fino e rico para Bebel. Antenor diz a Lúcia que está muito tenso, pois quer ver Taís

presa. Lúcia fica atônita ao ver no celular que Taís ligou para Antenor. Ivan promete colocar Taís cara a cara com Antenor. Olavo se assusta quando Marion conta sobre a relação de Ivan e Taís. (REDE GLOBO, 2012, *on-line*).

Suicídio ou assassinato? – quinta-feira, 30/08/2007

Olavo fica furioso ao saber do seqüestro. Lúcia pergunta como Antenor conheceu Taís. Ele diz que ela estava com Daniel, fingindo-se de Paula em um show no Duvivier. Paula manifesta seu ódio pela irmã e Daniel tenta acalmá-la. Ana Luísa pensa em dar dinheiro a Taís para que ela se afaste de Daniel e Paula. Zé Luís tem um pesadelo com Taís e chora abraçado a Hermínia. Ivan vende o táxi. Jáder chama Bebel e diz que Elias não gostou dos serviços dela. Ana Luísa, Marion e Cláudio se encontram na delegacia. Ana Luisa pede a Cláudio o telefone de Taís. Ivan reage quando Olavo diz que Taís já foi dele. Ivan foge no carro novo de Olavo. Taís diz a Ivan que só ficou com Olavo para conseguir os documentos de volta. Ivan quebra coisas no quarto e vai embora. Taís entra no carro de Antenor, que manda Sérgio Otávio sair. Ela pede R\$ 1.000.000 a Antenor. Belisário pede o telefone de Taís a Pacífico. Olavo descobre que Ivan trabalha com Jáder. Daniel e Paula passeiam na praia. Taís finge ser Paula, liga para Celeste e pede que ela vá comprar um remédio bem longe. Taís entra na casa de Paula, mas não consegue abrir o cofre. Taís abre a porta para alguém. Daniel encontra Taís morta na cozinha. (REDE GLOBO, 2012, *on-line*).

O início de um mistério – sexta-feira, 31/08/2007

Daniel avisa o delegado Hélio. Cláudio estranha o comportamento de Marion. Eloísa diz a Rodrigo e Tiago que não aceita que Taís fique impune. Clemente pergunta onde Hermínia esteve, e ela responde que saiu para espairer. Belisário diz a Virgínia que esteve no Jóquei. Lucas avisa Ana Luisa sobre Taís. Paula confessa estar aliviada, quando Daniel conta que Taís está morta. Nereu se despede de Zoraide emocionado. Lúcia e Antenor vão à casa de Daniel e Paula. Zé Luís se choca ao saber a notícia. Hélio faz perguntas a Daniel. Daniel explica que chegou sozinho em casa, porque Paula foi ao supermercado. Celeste diz à

polícia que Paula ligou, mas ela nega. Lúcia observa Antenor quando se fala em suicídio ou assassinato. Marion confessa a Cláudio que gostava de Taís. Lúcia diz a Hermínia que algo está perturbando Antenor e que Taís ligou um dia para ele. Hermínia garante que Antenor não é o assassino. Cadelão insiste que Joana lhe dê dinheiro. Bebel jura que não volta para o calçadão. Ivan acompanha de longe o enterro de Taís. (REDE GLOBO, 2012, *on-line*).

As suspeitas de Lúcia – sábado, 1º/09/2007

Daniel vê Ivan e chama a polícia. Ivan é cercado. Camila liga para Fred e deixa um recado saudoso em seu celular. Fernanda apaga a mensagem. Joana se abre com Úrsula. Mateus convida Camila para a festa da sua contratação. Susaninha e Rita se irritam com Fernanda e contam que Mateus foi à casa de Neli convidar Camila. Marion se recusa a ajudar Ivan. Paula e Daniel acham que Taís havia conseguido o dinheiro e tentara pegar o passaporte de Paula para fugir. Antenor elogia a discrição de Sérgio Otávio e garante que não está envolvido em nada ilícito. Cássio diz a Lúcia que gostaria que Mateus tivesse o seu nome. Fernanda insiste que Fred saia para dançar com ela. Mateus se emociona com o pedido de Cássio. Yvone promete ajudar Daniel para que ele consiga entrar na casa de Olavo. Hélio diz que a necropsia foi inconclusiva. Gilda não se sente bem. Gustavo sai com os filhos. Ivan nega tudo. Vidal e Virgínia levam Gilda ao hospital. Fred vê Camila e Mateus se beijando na festa. Antenor manda alguém buscar o dinheiro, pois não vai mais precisar. Olavo denuncia Ivan pelo roubo do carro. Lúcia faz perguntas ao ver Antenor guardando muito dinheiro no cofre. (REDE GLOBO, 2012, *on-line*).

Antenor revela chantagem – segunda-feira, 03/09/2007

Lúcia conta que sabe que Taís ligou para Antenor e ele diz que a Taís que ligou é sua agente de viagem. Hélio avisa que Ivan está preso. Camila diz a Mateus que está confusa, mas ele a beija novamente. Fred acusa Fernanda de tê-lo levado à festa só para dar o flagrante em Camila e Mateus. Ivan implora que Olavo arrume um advogado para ele, mas o executivo se nega a ajudar o irmão. Ademar, repórter policial, observa a confusão. Gilda fica internada,

pois está com apendicite. Daniel consegue a cópia da chave da casa de Olavo. Bebel encontra Olavo e lhe pede ajuda, mas ele a menospreza. Bebel seduz Jáder. Dinorá guarda o bilhete que Gilda mandou para Gustavo. Heitor apóia Helena quando descobre que ela está com problemas no trabalho porque precisou consolar a filha. Os dois se beijam. Gustavo e Dinorá se aproximam. Olavo beija Alice, mas pensa em Bebel. Lúcia pega o celular de Antenor e liga para Taís. Ela ouve a voz de Taís Grimaldi na caixa postal. Neves diz que Paula é suspeita pela morte da irmã. Paula e Daniel suspeitam de Marion. Camila fica triste ao saber que Fred viu o beijo. Antenor conta a Daniel que ofereceu dinheiro para Taís separá-lo de Paula e que foi chantageado por ela para não contar sobre o acordo. (REDE GLOBO, 2012, *on-line*).

A revolta de Lúcia – terça-feira, 04/09/2007

Daniel pergunta o que Antenor estava fazendo na hora da morte de Taís. Ele responde que estava conseguindo o dinheiro da chantagem, mas que não se encontrou com Taís. Daniel mostra todo seu desprezo pela atitude de Antenor. Paula ironiza Marion por não ter ido ao enterro de Taís. Nereu leva flores para Zoraide e pede que ela o espere. Ana Luísa, Marquinhos, Zoraide e Lucas viajam para Boston. Camila tenta se explicar, mas Fred permanece furioso. Fernanda insiste que Mateus lhe dê uma chance e os dois se beijam. Daniel e Paula procuram uma testemunha para provar que eles estavam na praia na hora do crime. Gilmar depõe dizendo que Ivan quebrou o quarto de hotel e brigou com Taís pouco antes da morte da moça. Hélio diz a Ivan que ele é o principal suspeito. Ivan conta para Lúcia sobre o dinheiro que Antenor ofereceu a Taís e acusa-o pelo assassinato. Gustavo fica sabendo da internação de Gilda. Marion diz a Ademar que Paula é a principal suspeita do assassinato da irmã. Lúcia acusa Antenor, que jura ter se arrependido do trato com Taís. Lúcia o chama de mentiroso e quer que ele nunca mais a procure. Cadelão ameaça Joana. Gilda sai com Vidal e Virgínia conta para Gustavo. Joana procura Jáder. (REDE GLOBO, 2012, *on-line*).

Ivan contra-ataca – quarta-feira, 05/09/2007

Joana diz a Jáder que está tendo problemas com Cadelão e ele deixa claro que não quer se envolver. Lúcia diz a Paula e Daniel que despreza Antenor. Bebel volta a trabalhar no calçadão, sob a supervisão de Jáder. Joana diz a Úrsula que vai conseguir o dinheiro para pagar Cadelão. Heitor se encontra casualmente com Neli e Camila e apresenta Helena. Hermínia consola Lúcia e diz que a história da filha com Antenor ainda não acabou. Gustavo começa uma conversa de reconciliação com Dinorá. No entanto, ele descobre que a ex-mulher pegou o bilhete que Gilda escreveu e fica muito decepcionado. Gustavo pede Gilda em casamento e ela aceita. Cássio pede que Joana conte o que está acontecendo, mas ela desconversa. Joana abre o caixa do restaurante, mas não consegue pegar o dinheiro. Cássio observa de longe. Um preso defende Ivan e exige dinheiro. Daniel e Amir se hospedam no apart-hotel de Olavo. Paula telefona fingindo ser uma repórter e marca uma sessão de fotos com Alice, para despistá-la e deixar o quarto de Olavo livre. Ivan chantageia Marion: se ela não arrumar um bom advogado, ele contará que ela era cúmplice de Taís e que também falsificou o colar de diamantes de Urbano. (REDE GLOBO, 2012, *on-line*).

Nada no notebook de Olavo – Quinta-feira, 06/09/2007

Marion promete ajudar Ivan. Hélio se recusa a dar entrevista para Ademar. Hélio conversa com Marion, que diz que estava em um engarramento no momento da morte de Taís. Cássio conversa com Rodrigo e Tiago sobre o comportamento de Joana. Cássio diz a Joana que viu quando ela mexeu no caixa do restaurante e quer saber o que está acontecendo. Joana decide contar a verdade, mas Cadelão ameaça-a de longe e ela desiste. Ivan confirma para Hélio que Taís estava chantageando Antenor e que eles devem ter se encontrado. Como prova, mostra o recado deixado no celular dele por Taís. Hélio descarta a possibilidade de suicídio. Bebel diz a Tatiana que está com ódio de Olavo. Amir entra no apartamento de Olavo, mas se esconde quando o executivo chega. Daniel consegue acionar o alarme de incêndio e Amir foge. Amir diz que não encontrou nada nos computadores de Olavo. Rodrigo e Tiago oferecem dinheiro para Joana, que aceita. Camila pede perdão a Fred, mas ele diz que não sabe se é capaz de perdoá-la. Dinorá diz que vai impedir o casamento de Gustavo.

Virgínia promete descobrir irregularidades na gestão de Iracema e tomar o seu lugar. Ivan é ameaçado por um dos presos. (REDE GLOBO, 2012, *on-line*).

Escândalo em manchete – Sexta-feira, 07/09/2007

Outro preso defende Ivan. Os policiais intervêm. Ivan é libertado, por uma ordem do juiz. Daniel pede ajuda a Vidal para pedir ao banco a identificação do computador que fez a transação. Sheila avisa Olavo que Antenor brigou com Lúcia e com Daniel. Olavo combina com Lutero de colocar Ismael como cozinheiro da casa de Antenor, para ser um informante deles. Hermínia intercede, mas Lúcia se recusa a conversar com Antenor, quando ele a procura em casa. Antenor vai embora, humilhado. Hélio continua suspeitando de Paula. Ademar conversa com Ramos, o porteiro do hotel onde Ivan e Taís estavam hospedados. Ivan pede ajuda a Tatiana para recuperar algo que deixou em seu apartamento. Tatiana comenta que Bebel está com raiva de Olavo. Neli apóia Camila, mesmo quando ela conta que beijou Mateus. Gustavo diz a Gilda que eles podem fazer uma cerimônia religiosa, pois com Dinorá ele só se casou no civil. Dinorá fica triste com a notícia. Antenor contrata Ismael. Olavo promete dinheiro a Ismael. Joana entrega o dinheiro a Cadelão. Cássio a encontra e ela acaba contando a verdade. Cássio a abraça e exige que ela nunca mais lhe esconda nada. Ivan pede que Bebel se alie a ele para derrubar Olavo. Paula se revolta ao ver a manchete do jornal apontando-a como culpada pela morte da irmã. (REDE GLOBO, 2012, *on-line*).

ANEXO B – Ficha técnica com equipe da novela *Paraíso Tropical*

Novela de Escrita com	Gilberto Braga, Ricardo Linhares Angela Carneiro, João Ximenes Braga, Maria Helena Nascimento, Nelson Nadotti, Sérgio Marques, Rosa Maria, Marília Garcia
Direção	José Luiz Villamarim, Amora Mautner, Maria de Médicis, Cristiano Marques
Direção Geral	Dennis Carvalho, José Luiz Villamarim
Núcleo	Dennis Carvalho
Cenografia	Fábio Rangel, Kaka Monteiro, Alexandre Gomes, Marcelo Carneiro, Fabbio Gomes
Cenógrafos Assistentes	Alexis Pablano, Anne Marie, Gilmar Ventura, Eduardo Pimentel, Mayene Precioso, Rosa Angélica, Ana Aline de Lima, Paula Salles, Paula Camargo, Flavia Yared, Tatiana Cordeiro, Renata Romano, Marco Franco, Liane Espírito Santo, Elisa Tura, Elisa Sampaio, Camila Faria, Giorgio Kubruslly, Murilo Esteves
Figurino	Helena Gastal, Natalia Duran
Figurinistas Assistentes	Alessandra Barrios, Flavia Costa, Elisa Machens, Tainah Carvalho, Elisa Coifman, Tatiana Menezes, Julia Pinho
Equipe de Apoio ao Figurino	Maria Helena Ribeiro Rocha, Aparecida Fontes, Marcio Avelino, Heloísio Carlos, Antonio Carlos Ramos de Souza, Ricardo Ferreira, Valmir Moraes, Diva Libanio, Heliana Conceição, Elijanite Marinho, Dalva Lucia Santiago, Célia Terra, Conceição Lisboa, Walmir Ferreira
Direção de Fotografia	Ricardo Gaglianone
Direção de Iluminação	Jorge A. Lopes da Silva, Gustavo Amaral, Alexandre Dominguez Reigada
Equipe de Iluminação	Feliciano dos Santos, Jorge Carvalho, Leandro Ramos, Rodrigo Antonio Sanábio, Gerson da Silva, Roberto Pereira Santos Junior, Roberto Pereira Santos, Orlando Vaz, Sergio de Oliveira, Alan Vargas, Maicon Leandro, Fábio Rodrigues, José Luiz da Silva, José Prates, Alexandre Frutuoso, Marco da Silva
Direção de Arte	Mário Monteiro
Produção de Arte	Andréa Penafiel, Luís Fernando Cardoso
Produção de Arte Assistente	Nininha Médicis, Mariana Barros, Rafael Faustini, Andrea Gueriot
Equipe de Apoio à Arte	Sérgio Luiz P. Brandão, Alexandre Francisco da Silva, Alexandre Mendes de Castro, José Luiz Margato de Almeida, Ubira Amaro Moreira, Mauro Almeida, Jorge Cirilo, Carlos Alberto Guimarães
Produção de Elenco	André Reis
Produção Musical	Roger Henri
Direção Musical	Mariozinho Rocha
Caracterização	Fernando Torquatto, Carmen Bastos

Equipe de Apoio à Caracterização	Adriana Alves, Luiz Gabriel, Rita de Cássia Menezes da Silva, Sônia Costa, Marcos Rodrigues, Miguel Alves, Bárbara Varanda, Luciene Mello, Eloá Makiyama, Rosangela Caminha
Edição	Célio Fonseca, Roberto Mariano, Wilson Fragoso, Fabio Villela
Sonoplastia	Julio Cesar Correa, Marcelo Arruda, Pedro Belo
Efeitos Visuais	Gustavo Garnier, Paula Souto
Efeitos Especiais	Marcos Soares
Abertura	Hans Donner, Alexandre Pit Ribeiro, Roberto Stein
Direção de Imagem	Luiz Alberto da Silva
Câmeras	Antonio Carlos Laport, Fabrigil de Araujo Silva, Rafael Rahaal, Walter do Espírito Santo, Thelso Batista Gaertner, Jovani Augusto, Roberto Delmiro
Equipe de Apoio à Operação de Câmera	Washington Luiz R. de Lima, Sérgio Fialho, Luiz Bravo, Alex Ferreira, Zaifer da Silva
Equipe de Vídeo	Flávio Luiz Marques de Abreu, Cláudio da Silva Sargo, José Carlos Gonçalves
Equipe de Áudio	Paulo Rossi, Joaquim Cendrett, João Zito Carvalho do Rio, Diego A. Ferreira Barbosa, Flavio Luis Fernandes, Carlos Roberto Moreira de Souza, Carlos Schuchardt
Supervisão e Op. Sistemas	Marcos A. Cheriff, Jorge Elias
Gerente de Projetos	Leandro Leão
Supervisão de Produção de Cenografia	Alexandre Santanna, Marcos Henrique da Silva, Marco Antonio Vasconcelos, Paulo Cesar Meirelles, Leopoldo Bezerra
Equipe de Cenotécnica	Luis Carlos Leal, Flávio Wayne, Tatiana Cunha, Renata Costa, Allan Branco, Bruno Massunaga, Edir Correia, Lucimar Machado, Mauro Almeida, João Carlos Pereira, Natanael Amaral, Olga Antunes, Antonio Carlos Esperança, Valdir Alonso da Silva, Jovino Gomes, Valdemar Alves, Luis Fernando Rodrigues, Carlos Alberto Teixeira, Eleomar Candido, Claudio Rosa, Vinicius Fagundes, Lazaro Josimar, Dalmo Vieira, Diego Escobar, André Moraes, Flavio Luiz Santos, André Luiz Santos, Francisco Assis Moraes, Antonio José Barros, Edvaldo Silva Santos, Ivanildo Arsênio, Gilson Noronha, Djalma Rismo, Luis José Mendes, Ricardo Alexandre, José Leopoldo, Rogério Dantas, José Domingos Almeida, Jorge Oliveira Frazão, Pedro Paulo Delfino, Odair Ribeiro, Renato Alcebiades, Bernardo Conceição, Luis Carlos Marques, Lequison Pinto, Rosival Oliveira, Vanilson Francisco, Edvaldo Souza, Admilson Freitas, Alan Afonso, André Vital, Rômulo Oliveira, Luis Carlos Pereira, Marcos César Silva, Marco Antonio Ribeiro
Continuidade	Vanilda Teles, Regina Wygoda, Ana Paula Rangel, Claudia Lima
Assistentes de Direção	Henrique Sauer, Luisa Lima, Roberta Richard, Joana Jabace, João Paulo Jabur
Produção de Engenharia	Ilton Caruso
Equipe de Produção	Mônica Fernandes, Barbara de Souza, Caren Olivieri, Cláudio Nunes, Luize Nascimento, Ana Villarim, Alexandre

**Coordenador de
Produção
Gerência de Produção**

Mendonça, Carlos Dalvan, Sidne Fernandes, Suzana
Rocha, Adriano Lemos Gavinho

José Renato Azevedo, Silvana Gabbardo, Heleno Moura

Carla Mendonça

Fonte: REDE GLOBO, 2012.

ANEXO C – Letra da música “Sábado em Copacabana”, trilha sonora de abertura de
Paraíso Tropical

Depois de trabalhar toda semana
Meu sábado não vou desperdiçar
Já fiz o meu programa pra essa noite
E já sei por onde começar

Um bom lugar pra se encontrar Copacabana
Pra passear a beira mar Copacabana
Depois um bar a meia luz Copacabana
Eu esperei por essa noite uma semana

Um bom jantar depois dançar Copacabana
Pra se amar um só lugar Copacabana
A noite passa tão depressa
Mais vou voltar lá pra semana
Se eu encontrar um novo amor Copacabana (VAGALUME, 2012, *on-line*)

ANEXO D – Fotografias de atrizes mostrando as personagens em dois estilos de vida

FIGURA 1 – Personagem Bebel (interpretada por Camila Pitanga) Como garota de programa Fonte: REDE GLOBO, 2012, *on-line*.



FIGURA 2 – Personagem Bebel como socialite Fonte: REDE GLOBO, 2012, *on-line*.



FIGURA 3 – Personagem Paula (interpretada por Alessandra Negrini) em Marapuã, Bahia, antes de conhecer Daniel (interpretado por Fábio Assunção)
Fonte: REDE GLOBO, 2012, *on-line*.



FIGURA 4 – Personagem Paula após o casamento com Daniel
Fonte: REDE GLOBO, 2012, *on-line*.



FIGURA 5 – Personagem Taís (interpretada por Alessandra Negrini) quando vendia jóias e frequentava alguns eventos da alta sociedade
Fonte: REDE GLOBO, 2012, *on-line*.



FIGURA 6 – Personagem Taís depois de ter seus crimes descobertos e virar fugitiva da polícia
Fonte: REDE GLOBO, 2012, *on-line*.