

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

NINA NUNES RODRIGUES CUNHA

**TELENOVELA E SUBJETIVIDADE: REPRESENTAÇÕES MUDIÁTICAS DO
NARCISISMO CONTEMPORÂNEO, ESTUDO DE CASO DA TELENOVELA
SANGUE BOM**

TERESINA

2015

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**TELENOVELA E SUBJETIVIDADES: REPRESENTAÇÕES MUDIÁTICAS
DO NARCISISMO CONTEMPORÂNEO, ESTUDO DE CASO DA TELENOVELA
SANGUE BOM**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de mestre em Comunicação no Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM). Sob a orientação do Professor Doutor Gustavo Fortes Said.

Linha de Pesquisa: Mídia e produção de subjetividades.

TERESINA

2015

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**TELENOVELA E SUBJETIVIDADES: REPRESENTAÇÕES MIDIÁTICAS
DO NARCISISMO CONTEMPORÂNEO, ESTUDO DE CASO DA TELENOVELA
SANGUE BOM**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de mestre em Comunicação no Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM). Sob a orientação do Professor Doutor Gustavo Fortes Said.

Linha de Pesquisa: Mídia e produção de subjetividades.

PROF. DR. GUSTAVO FORTES SAID (orientador)

PROFA. DRA. MONALISA PONTES XAVIER

PROF. DRA. LAUREN FERREIRA COLVARA

TERESINA

2015

RESUMO

As mudanças nas configurações sociais, culturais e econômicas da sociedade contemporânea ocidental implicam novas formas de relação que, por sua vez, impactaram diretamente nos modos de subjetivação. Um dos aspectos relevantes das subjetividades que ascendem no final do século XX, relaciona-se as características do narcisismo, responsável por inaugurar, de acordo com Christopher Lasch (1983), um perfil inédito de sujeito. Nessa perspectiva, interessa-nos analisar como as telenovelas, acompanhando o cenário sociocultural em que estão inseridas, incorporam às suas representações a constituição subjetiva na contemporaneidade, através da abordagem de características da sociedade atual e do sujeito pertencente a uma cultura de propriedades narcísicas, pautada na centralidade do consumo, na presença maciça da mídia e na economia capitalista flexível. Para tanto, esta pesquisa utiliza o referencial teórico-metodológico fornecido pelos Estudos Culturais britânicos, quando estes propagam a ideia de que os produtos midiáticos devem ser encarados em sintonia com os conflitos culturais que irrompem na própria sociedade. Como método de abordagem, utilizamos o Estudo de Caso que, dentre outras coisas, serve para legitimar a escolha específica do objeto, qual seja: a telenovela Sangue Bom, exibida no ano de 2013, pela Rede Globo de televisão, no horário das sete horas. O contexto sociocultural da trama e os perfis narcísicos das personagens foram analisados de acordo com os mecanismos interpretativos disponibilizados pela análise textual-discursiva.

Palavras-chave: Subjetividade. Narcisismo. Telenovela. Cultura

ABSTRACT

The changings of the social, cultural and economic features in eastern contemporary society imply on news ways of relationships which impact straightly the types of subjetivities. One of the relevant aspects of subjetivities that have ascended at the end of the 20th century refer to narcissism that opens, according to Christopher Lasch (1983), an unseen profile of the subject. In this perspective, our interest lays on the analyses of how television soap operas, observing the social and cultural background in which they are set and produced, embodies in their representations the subjective constitution of the contemporary age, through the approach of the current society features and the subject the belongs to a narcissistic culture, guided by the centrality of consumption, in the massive presence of media and the flexibe capitalist economy. To do so, this research uses the Cultural Studies theoretic-methodologic references while they spread the idea that the media products should be taken in harmony with the cultural conflicts that erupts in society itself. As our scientific approach method, we've used the Case Study, amongst other things, is ables to legitimize the specific choices of the object, which are: the brazilian soap opera *Sangue Bom*, broadcasted in 2013, by the Globo TV Networks, at 7 p.m., from Monday do Saturday. The social and cultural contexto of the soap opera's plot and the characters' narcissistic profiles have been analysed according to the interpretative mechanisms given by the speech and text analysis.

Key words: Subjectivity. Narcisism. Soap Opera. Culture

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	07
1 SUBJETIVIDADE E NARCISISMO	15
1.1 Subjetividade contemporânea, uma subjetividade marcada pelo narcisismo?	15
1.2 Narcisismo e Psicanálise	37
1.2.1 Narcisismo em Freud.....	37
1.2.2 Outras interpretações sobre o Narcisismo freudiano: autores contemporâneos	43
1.3 Narcisismo contemporâneo: consumo, mídia e sofrimento	52
2 TELENOVELA E REPRESENTAÇÕES	75
2.1 História da telenovela no Brasil	75
2.1.1 Rede Globo e o protagonismo na produção de telenovelas	84
2.2 Telenovela brasileira: um recorte de realidade na tela	87
2.3 Ficção e realidade: representações e construções da sociedade contemporânea	93
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	98
3.1 Referencial teórico-metodológico: Estudos culturais britânicos	98
3.2 Estudo de Caso	101
3.3 Técnicas de Análise Textual	102
3.4 Descrição geral do objeto: a telenovela e suas peculiaridades	104
3.5 Descrição específica do objeto: Sangue Bom	110
4 ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DO NARCISISMO CONTEMPORÂNEO NA TELENOVELA SANGUE BOM	115
4.1 Contexto sociocultural construído pela telenovela Sangue Bom	115
4.1.1 Família: primeiro ambiente formador do sujeito	115
4.1.2 Política: descrédito governamental x consciência social	118
4.1.3 Religião: distância e deboche	119

4.1.4 Avanço tecnológico e suas implicações	122
4.1.5 Mídia: reflexo do eu grandioso nas telas	125
4.1.6 Consumo: desejo e diferenciação social	134
4.1.7 Fenômenos aparentes	140
4.1.8 Relação com o outro: empatia e competição	148
4.1.9 Amor: instabilidade e redenção	156
4.2 Análise das personagens com características do Narcisismo contemporâneo	161
4.2.1 Amora Campana, consumista e sobrevivencialista	161
4.2.2 Bárbara Ellen, histriônica e egoísta	198
4.2.3 Fabinho Queiroz, rebelde e sem limites	219
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	240
6 REFERÊNCIAS	245
ANEXO	250

INTRODUÇÃO

A telenovela pertence a um gênero de ficção televisiva seriada que apresenta uma história contada por meio de imagens, diálogos e ação (PALOTINNI, 1998). De acordo com Vassalo Lopes (2003), a telenovela pode ser considerada um dos fenômenos mais representativos da modernidade brasileira e objeto de estudo privilegiado, em se tratando de cultura e sociedade. Os autores, ao produzirem enredos, mesmo que ficcionais, levam em consideração situações reais do cotidiano, recortam histórias da realidade brasileira, geram discussões, favorecem debates e, assim, instigam a curiosidade do público em acompanhar os capítulos.

A produção midiática de ficção, em geral, reflete as culturas que as produzem e consomem, abordam tendências, hábitos, ideias, crenças e valores. Sugerem pontos de contestação ou, na maioria dos casos, reforçam algumas práticas sociais. O código estabelecido entre produção e público tem que estar ao menos em sintonia, uma vez que a telenovela encontra-se subjugada à questão mercadológica, diretamente ligada à resposta da audiência. Assim, os temas trabalhados tem que envolver os telespectadores, numa circunstância de identificação e projeção. Através da sua construção narrativa, a telenovela propõe a arguição do imaginário dos telespectadores e difunde aspectos de determinada sociedade e cultura, edificando a realidade, ao tempo em que alimenta-se do real.

A telenovela pode ser considerada, no contexto brasileiro, o nutriente de maior potência do imaginário nacional e, mais que isso, ela participa ativamente na construção da realidade, num processo permanente em que ficção e realidade se nutrem uma a outra, ambas se modificam, dando origem a novas realidades, que alimentarão outras ficções, que produzirão novas realidades. (MOTTER, 2003, p.174)

Conforme França & Simões (2007), a telenovela ocupa importante lugar na cultura e na sociedade brasileira, pois edifica um cotidiano na tela em estreita relação com a realidade social em que se situa, trazendo para a construção das personagens as preocupações, valores e os temas que cruzam a vida dos telespectadores e despertam sentimento de identificação. É na própria vida cotidiana que emergem os temas a serem trabalhados na ficção. Essa íntima relação entre telenovela e sociedade e entre ficção e realidade tornou-se marca essencial do folhetim brasileiro. Os produtores de narrativas vão, de algum modo, refletindo conceitos atuais que surgem na complexidade das novas configurações sociais para galgar a identificação (e audiência) do público. Atualmente, há um cenário de mudanças significativas

alastradas por todos os setores da sociedade, tais transformações trouxeram modificações na constituição do sujeito, que já foi encarado como centralizado e hoje é reconhecido por sua fragmentação e pluralidade. Um dos aspectos mais relevantes das subjetividades que ascendem no final do século XX relaciona-se as características associadas ao narcisismo.

Ao tratar de narcisismo, não se pode deixar de lado as contribuições de Sigmund Freud em suas elaborações psicanalíticas. Em Freud, o narcisismo aparece como um estágio de autoerotismo, correspondente a um narcisismo primário, em que a libido se concentra no ego. Esse direcionamento da energia libidinal para o ego primitivo serve de proteção, além de fonte criadora de fantasias megalomaniacas, marcando uma etapa esperada do desenvolvimento psíquico humano. Essa fase narcísica inicial é considerada inerente a todos os indivíduos, quando perfeitamente superada em direção a uma relação equilibrada com os outros sociais (ideais culturais e objetos). A forma patológica se manifesta quando, ao crescer, o sujeito se depara com os confrontos apresentados pelo mundo e pretende retornar ao estágio inicial, em que era possuidor de toda perfeição, poder e cuidados. Essa regressão narcísica decorre de circunstâncias violentas ou traumáticas, que revelam a incapacidade do sujeito em lidar com o exterior, daí as condições culturais como propiciadoras desse estado.

O narcisismo como atributo identificador da subjetividade contemporânea ocidental ascende de acordo com a volubilidade do período de transição, com mudanças alastradas pelos setores político, econômico e cultural, que implicam modificações em esferas mais privadas, como a instituição familiar e a constituição do sujeito. No âmbito da economia, após os anos 70, o método de produção foi decomposto e descentralizado, pois em meio à crise que acirrou a competitividade comercial, criou-se a necessidade do retorno instantâneo de capital que, por sua vez, levou à construção de sistemas mais flexíveis, tanto em relação ao tempo de giro das mercadorias, quanto em se tratando da racionalização do trabalho.

Essa flexibilização só foi possível através do ajuste político neoliberal, responsável pelo corte de gastos estatais e pelo apoio à iniciativa privada. O regime político neoliberal, além de defender o livre mercado, bem como a liberdade civil e política dos cidadãos, facilitou o fluxo global de mercadorias e dinheiro, por meio da desregulamentação de direitos sociais e de garantias fiscais ao capital. Semelhante ao que outrora fora denominado de “liberalismo econômico”, essa nova versão¹ favoreceu a política de privatizações, exportações e oligopólios, o que preconizou uma repaginada na forma de acumulação, bem como um abandono estatal aos sujeitos e um clima sobrepujante de individualismo.

¹ Também reconhecida como 'Reaganismo' e 'Thatcherismo', de acordo com sua implementação por EUA e Inglaterra.

Desta forma, o sistema de produção capitalista, baseado na flexibilidade dos investimentos, no marketing, na propaganda midiática e na sedução consumista, condecorados por um regime político neoliberal, em que as decisões passaram a não caber somente aos chefes de Estado ou às classes políticas dirigentes, mas ao mercado e suas demandas por inovação, contribuiu para promover um clima de instabilidade, de acordo com a relação extrema mantida com a sociedade. A sensação de insegurança, então, tomou conta dos sujeitos que, ao invés de dependentes do Estado, passaram para as mãos do mercado, cujo único comprometimento é com sua própria expansão.

Assim, abandonados a própria sorte, desvinculados de crenças em valores transcendentais, liberados de algumas repressões, apartados da coletividade, amedrontados pelas catástrofes naturais, incentivados à competição, seduzidos por signos de consumo e imagens fabricadas, os sujeitos tendem a optar por satisfações privadas, a fim de tentar aplacar a relação conturbada travada com efemeridade que reveste a cultura. Nesse caso, até mesmo os vínculos estabelecidos com o outro são esfacelados, vitimados por um desinteresse consubstancial, que redundando em uma desestruturação generalizada, vez que a relação alteritária é fundamental para o bem-estar da civilização. No entanto, embora mediante a renúncia ao outro, este ainda serve como fonte de “aprovação”, como uma espécie de plateia apática.

O investimento imediatista na esfera pessoal, em detrimento as causas coletivas em longo prazo, pode ser representado pelo consumo, que aparece como saída “instantânea” para a dor existencial. Pois as estratégias mercadológicas se fixam em “fisgar” permanente o consumidor ávido por novidades e diferenciação social, perpetuando o sistema produtivo através da insatisfação estrutural do sujeito. Nessa mesma lógica, a preocupação com o corpo, com a aparência e com a imagem faz com que o sujeito sucumba aos padrões de consumo legitimados como eficazes para conquistar prestígio e reconhecimento. No entanto, essa relação com o consumo, ao invés de fortalecer o eu, o fragmenta cada vez mais, facilitando o acesso à fragilidade emocional que o impele a consumir mais e mais.

Para Christopher Lasch (1989), vivemos sob o signo de uma cultura narcísica que propaga um crescente mal-estar conforme o acúmulo do sentimento contínuo de culpa e dívida em relação aos modelos ideais da cultura, inalcançáveis e intensamente propagados pelos meios de comunicação. Os imperativos de felicidade, de bem-estar, de corpo ideal e de consumo exacerbado de bens ajudam a difundir uma aura privatista de hiperinvestimento pessoal, no entanto, ao mesmo tempo, difundem o sofrimento, ao veicularem modelos que

não foram feitos para serem atingidos, mas para serem permanentemente desejados. O narcisismo se aproxima de uma face defensiva contra as mazelas da sociedade de consumo, embora esta não seja comumente a associação mais utilizada, geralmente mais relacionada a práticas hedonistas e ao ego fortalecido, sem que se atente para o fator “protecionista”. Entretanto, mesmo que através do sofrimento e da ansiedade, o hedonismo é acionado como forma de defesa, pois mesmo impossibilitado de servir exclusivamente ao prazer, ao menos busca evitar o desprazer e a dor excessiva.

Nessa perspectiva, interessa-nos analisar como as telenovelas, acompanhando o cenário sociocultural em que estão inseridas, incorporam às suas a constituição subjetiva na contemporaneidade, através da abordagem de características da sociedade atual e do sujeito pertencente a uma cultura de propriedades narcísicas, pautada na centralidade do consumo, na presença maciça da mídia e na economia capitalista flexível. Buscamos apoio teórico-metodológico nos Estudos Culturais britânicos, quando estes propagam a ideia de que os produtos midiáticos devem ser encarados em sintonia com as disputas e conflitos culturais que irrompem na sociedade. Como técnica de abordagem, optamos pelo estudo de caso, que legitimou as escolhas particulares do objeto, qual seja: a telenovela *Sangue Bom*, exibida pela Rede Globo de televisão, no ano de 2013, no horário das sete horas. Dentre outros critérios, a escolha se deu porque o enredo das telenovelas das sete, além do atributo da atualidade, geralmente envolve comicidade, com pitadas de humor e exagero dramático que revelam, através de sátiras e deboches, aspectos importantes da sociedade brasileira.

Diante do exposto, procura-se discutir como a telenovela, que se propõe a retratar ficcionalmente recortes da realidade, representa, por meio da construção do enredo e dos personagens, a subjetividade atual, sobretudo acerca das questões que contornam o narcisismo contemporâneo. Ademais, importa analisar quais seriam os núcleos mais suscetíveis às características presentes no narcisismo contemporâneo e, por fim, quais os atributos mais sobrelevantes a este respeito. Para alcançar tal finalidade, utilizaremos cenas de personagens da telenovela *Sangue Bom* e as respectivas relações estabelecidas com os “outros” sociais e com a cultura, dentro do construto ficcional da produção televisiva. Para a análise, utilizaremos os mecanismos interpretativos disponibilizados pela análise textual-discursiva.

Contudo, não queremos colocar os personagens no divã, não se trata de uma análise individual ou psicológica, mas uma análise social das condições ofertadas pela cultura e que impactam na construção dos sujeitos (no caso da telenovela, ficcionais). O folhetim televisivo, embora com as particularidades requeridas para uma produção midiática, se ocupa em

transpor para as telas temas disponíveis na sociedade. Entretanto, os personagens não possuem a singularidade de um sujeito, mas estão ali para representar tendências e direcionamentos que já se encontram acessíveis para o debate. É nesse sentido que analisaremos o narcisismo, enquanto fenômeno social representado na ficção telenovelistica.

A escolha da telenovela para adentrar as questões sociais e culturais que acarretam o narcisismo, se deu porque a narrativa televisiva desponta, cada vez mais, como *locus* de estudos privilegiado no campo da comunicação, por se apresentar como um dos produtos culturais mais difundidos do Brasil e, conseqüentemente, mais relacionado com nossa realidade. A telenovela é o gênero que mais repercute no país, ocupa horários estratégicos na grade de programação das emissoras e ajuda a propagar críticas, valores, ideias e hábitos, favorece o debate de assuntos polêmicos e contemporâneos, guiada por situações do cotidiano. Na visão de Vassalo Lopes (2009), a telenovela está alocada como um dos principais produtos da indústria televisiva brasileira, passando a ser um:

(..) dos mais importantes e amplos espaços de problematização do Brasil, indo da intimidade privada aos problemas sociais. Essa capacidade sui generis de sintetizar o público e o privado, o político e o doméstico, a notícia e a ficção, o masculino e o feminino, está inscrita na narrativa das novelas que combina convenções formais do documentário e do melodrama televisivo. É isso o que, a meu ver, tipifica a telenovela brasileira e que cria o quase paradoxo de se “ver” o Brasil mais nessa narrativa ficcional do que no telejornal. São recorrentes nas novelas a identificação entre personagens da ficção e figuras públicas reais, entre as tramas e os problemas reais e a tendência para uma maior verossimilhança nas histórias contadas, esta, aliás, uma demanda forte do próprio público. (VASSALO LOPES, 2009, p.06)

De acordo com Borelli (2001), desde 1986, quando foi iniciado o projeto de mapeamento da história e produção da telenovela no Brasil, ainda não existiam muitas pesquisas acadêmicas sobre o tema. No entanto, mesmo com as produções diminutas, já se considerava a relevância deste gênero televisivo como oportuno objeto para a compreensão da cultura contemporânea. Nos anos 70, a tendência dominante era a de encarar a telenovela como mero produto da Indústria Cultural, simples entretenimento, vazio de conteúdo e destituído de problematizações pertinentes. No entanto, as críticas negativas a respeito da legitimação deste bem cultural como objeto de estudo foram enfraquecendo, à medida que a telenovela passou a se consolidar como parte constitutiva da cultura brasileira. (BORELLI, 2001).

Importante destacar que esta pesquisa se propõe a tratar a comunicação em dois eixos: processo comunicativo e mídia. No primeiro, o viés comunicacional engloba o estudo das

subjetividades contemporâneas, uma vez que a construção subjetiva prescinde da relação de troca com o outro, tratando-se, assim, de um processo comunicativo/relacional. A psicanálise freudiana concebe o sujeito constituído na relação com o outro, a própria questão do narcisismo demonstra a importância desta relação e as consequências a que sua privação dá lugar. Além disso, nesta circunstância de edificação subjetiva do sujeito contemporâneo, em muito colabora o diálogo estabelecido com a potencialidade comunicativa apresentada pelos próprios meios de comunicação de massa, enquanto formadores culturais. Neste caso, a própria telenovela, enquanto produto midiático mais consumido do Brasil atua na conformação e propagação de ideais e modelos a serem seguidos, ou seja, ao tempo em que expõe a circunstância na tela, é um dos responsáveis por causa-la. O segundo eixo trata a comunicação de acordo com o meio, focalizado na produção midiática em si e os requisitos exigidos em sua elaboração.

Finalmente, a estreita ligação mantida com a sociedade e a centralidade que a telenovela tomou no debate sobre cultura contemporânea acabou suscitando o interesse em estudá-la, uma vez que seus enredos apresentam vasto leque de representações que propiciam adentrar questões socioculturais, atinentes à sociedade e a sujeitos em mutação. Ao tempo em que a própria novela, exatamente pela importância cultural que assume, tem parcela significativa de encargo formação no sujeito narcísico, assim, trata-se de uma circunstância de “metalinguagem” ou “autoreferenciamento”. Analisar a representação da subjetividade contemporânea na telenovela, principalmente acerca das características que envolvem o narcisismo, significa aliar ao exame de um produto midiático, posicionamentos atuais empreendidos por pensadores da nossa sociedade.

Estruturalmente, no primeiro capítulo, tratamos a intercessão entre subjetividade e narcisismo, primeiro com elaborações acerca da subjetividade contemporânea marcada pelas características do narcisismo, em seguida, com os conceitos psicanalíticos de narcisismo em Freud e em outros autores e, por fim, intercalamos a interpretação do narcisismo na sociedade atual com as questões de consumo, mídia e violência. No segundo capítulo, passamos para a questão da telenovela e representações, começamos com um histórico da trajetória da telenovela no Brasil e o protagonismo da Rede Globo na produção de telenovelas, passando pelos aspectos ficcionais e representacionais que compõe este produto midiático. No terceiro capítulo são explicados os procedimentos metodológicos de análise, bem como a descrição detalhada do objeto. No quarto capítulo são feitas as análises da telenovela Sangue Bom, primeiro com o contexto sociocultural construído pela trama e depois com os principais

personagens com características narcísicas. O trabalho finda com considerações sobre tudo que foi produzido.

1 SUBJETIVIDADE E NARCISISMO

1.1 Subjetividade contemporânea, uma subjetividade marcada pelo narcisismo

As mudanças nas configurações sociais, culturais e econômicas da sociedade contemporânea ocidental implicam novas formas de relação, que impactam diretamente na constituição da subjetividade. A própria ideia de sujeito, obra da modernidade iluminista, passou a ser questionada pela teoria social. Fala-se, inclusive, na morte deste sujeito moderno, com a ascensão de um sujeito fragmentário e descentralizado, que se coaduna perfeitamente com a estrutura social em processo de transição. A falta de essência e de um núcleo estabilizador, que faz com que este sujeito assuma identidades plurais e até mesmo contraditórias, corresponde a toda a desordem e paradoxos que envolvem este período.

Apoiado no mal-estar da civilização (1992), trabalho de Freud em que este retrata os sacrifícios enfrentados pelo homem moderno em busca da civilidade, Bauman (1998) aponta as renúncias sofridas pelos sujeitos, que quando ganham alguma coisa, em troca, sempre perdem outra. Os prazeres da vida civilizada, ensinou Freud (1996), vêm acompanhados por imposições que causam mal-estares, sofrimento e submissão. No processo civilizatório, o homem teria trocado um quinhão de suas possibilidades de felicidade, por um quinhão de segurança, já na pós-modernidade, de acordo com Bauman, a troca teria sido invertida: um quinhão de segurança por um quinhão de felicidade. No entanto, “liberdade sem segurança não assegura mais firmemente uma provisão de felicidade do que segurança sem liberdade” (BAUMAN, 1998, p.10)

Com esta exposição, percebe-se que não existem ganhos sem perda. Todas as modificações vivenciadas na sociedade trazem consigo consequências, que podem ser evidenciadas pelas mudanças nas relações sociais e consequentemente na construção subjetiva. De acordo com Gergen (*apud* LAZZARINNI, 2006), na consciência pós-moderna, a ideia de subjetividades como uma construção torna-se central, uma vez que o sujeito passa a ser encarado não como mero resultado de uma essência pessoal, mas como um construto de vivências propiciadas pelo ambiente sociocultural.

As configurações sociais deste período de dúvidas refletem nos indivíduos trazendo marcas que o caracterizam. Desta forma, se outrora as condições sociais produziram mal-estares mais ligados à repressão pela falta de liberdade, os atuais, por excesso, trouxeram ansiedade e angústia aos sujeitos. Neste estágio transitório, diversas esferas da sociedade contemporânea vivenciam mutações, cujas consequências, de acordo com Bauman (2001),

esgarçam o tecido social, fazendo com que as instituições percam a solidez, sendo caracterizadas justamente pela fluidez e pluralidade. A modernidade líquida (BAUMAN, 2001) seria, então, o tempo de desapego, da efemeridade e da individualização, responsável por acarretar uma crise no sujeito contemporâneo, que se apresenta cada vez mais desnarrativo e fragmentado.

De acordo com Jameson (1997), anteriormente o sujeito era encarado por si e pelos outros como centralizado, dotado de uma essência indivisível. No entanto, no capitalismo tardio acontece o oposto disto, onde o sujeito é reconhecido justamente pelo seu descentramento. Ocorre que Jameson compreende a subjetividade como uma construção pautada nas configurações socioculturais, desta forma, vincula os principais atributos da sociedade pós-moderna, quais sejam: superficialidade e fragmentação, ao sujeito contemporâneo. A superficialidade diz respeito à incapacidade de envolvimento em análises profundas, fundamentada através da crítica deste autor sobre a obra de arte e arquitetura no pós-modernismo, mas também pode ser comparada ao esvaziamento de sentido dito por Baudrillard, onde não há nada mais por trás dos textos do que o já explicitamente exposto.

A introdução da cultura no circuito comercial, a proliferação galopante de imagens por segundo (que contempla tanto a prerrogativa da velocidade, quanto a da midiaticização) diminui a possibilidade de leituras densas e ainda traz a sensação de que “o recado precisa ser dado”, antes que o indivíduo/espectador/consumidor canse ou se entedie. No caso das mensagens de consumo, principalmente, não parece haver interesse em grandes reflexões, apenas na adesão através da emoção momentânea. Esse sentido de superficialidade é tamanho que já somos chamados de “leitores de manchete” ou de “pensadores de 140 caracteres²”. Não que essas taxações não sugiram outras interpretações mais benevolentes³, exatamente porque, juntamente com a superficialidade, temos o atributo da fragmentação, que dificulta a universalização e o consenso.

O princípio da fragmentação sugere a substituição de verdades absolutas por verdades relativas, permitindo a coexistência simultânea de vários discursos heterogêneos e fragmentários sobre uma mesma circunstância. Se a superficialidade atribui distanciamento hermenêutico, alheamento afetivo e certa literalidade, a fragmentação possibilita olhar por outros ângulos um mesmo fato, a multiplicidade de versões e a diversidade em todos os

² Isso em relação ao *microblogging* twitter, em que os pensamentos, frases e histórias são limitados pela quantidade máxima de 140 toques.

³ A comunicação instantânea também pode abrir precedente para a objetividade comunicacional, por exemplo, tão requerida em informativos e afins.

segmentos – termos que embora pareçam incongruentes, apenas ratificam a incoerência e os paradoxos que tanto marcam esse período.

Para unir essas duas características no sujeito, Jameson (1997) evoca uma subjetividade que sofre de “disjunção esquizofrênica”, em analogia a termo de Lacan. Pois considera que o homem contemporâneo, superficial e fragmentado, assimila um amontoado de significados distintos e não relacionados, de acordo com o bombardeio de imagens, informações e estímulos a que está exposto. Essa circunstância de fragmentação traz um rompimento com a cadeia de significantes, o que deslinda na perda do sentido de temporalidade. Este rompimento estrutural, por sua vez, aciona um descompasso entre formação da identidade pessoal e linguagem com o ordenamento temporal. Assim, semelhante a um esquizofrênico patológico, o sujeito contemporâneo fica destituído da noção de tempo, vivendo em um eterno presente.

Se somos incapazes de unificar passado, presente e futuro da sentença, então somos também incapazes de unificar o passado, o presente e o futuro de nossa própria experiência biográfica, ou de nossa vida psíquica. Com a ruptura da cadeia de significação, o esquizofrênico se reduz à experiência dos puros significantes materiais, ou, em outras palavras, a uma série de puros presentes não relacionados ao tempo (JAMESON, 1997, p.53)

De acordo com Lipovetsky (2004), François Lyotard foi pioneiro ao associar a condição pós-moderna à temporalidade presentista. Ao caracterizar a contemporaneidade de acordo com a primazia das normas ditadas pela eficiência, a mercantilização do saber, a instantaneidade proporcionada pelas tecnologias da comunicação e a ampliação das contratações de trabalho temporárias, Lyotard (2011) demonstrou o deslocamento temporal do futuro para o presente. Por toda parte, a exigência se baseia no “aqui e agora”, as satisfações de desejos, execuções de tarefas, tudo envolto pelos preceitos econômicos do *just in time*.

A rapidez dos transportes, a comunicação instantânea, a informatização que reduziu longos procedimentos a cliques, tudo isso contribuiu para a pressa que se instaurou na vida contemporânea. A perda de tempo tornou-se praticamente inaceitável, não por acaso vemos o sucesso crescente dos restaurantes *fast foods*, das entregas em domicílio e da terceirização de várias tarefas cotidianas, tudo para poupar não só o trabalho, mas principalmente o tempo. Assim, sobram mais horas para o lazer, para atividades lúdicas, terapêuticas ou para rituais de beleza. Se o tempo do presente é curto e limitado, cabe ao sujeito aproveitá-lo ao máximo.

Lasch (1983), que também serve de inspiração para Lipovetsky (2006), considera, assim como Jameson (1997), o sujeito contemporâneo distante do sentido de continuidade

histórica. Pois “viver para o momento é a paixão predominante – viver para si e não para os que virão a seguir, ou para a posteridade.” (1983, p.25). O afastamento da tradição e de valores religiosos transcendentais, mediante o sentimento persistente de incerteza com os acontecimentos do mundo e com os rumos da vida, faz com que os sujeitos centrem suas energias em si mesmo e se contentem em viver um infindável presente. Sem se basear nas gerações precedentes, antiquadas e limitadas, e sem preocupações com o amanhã, porque talvez nem mesmo tenha um amanhã, não é assim que dizem os imperativos veiculados pela publicidade ou nas filosofias “carpe diem”? “Aproveite o momento”, “Viva o hoje”.

Essa característica da subjetividade contemporânea, direcionada para o tempo presente, é pensada por Bauman (2007) de acordo com a mudança de uma sociedade baseada na eternidade para uma sociedade pautada na infinitude. O sentido de eternidade, que denota um pensamento de fundo profundamente religioso e que durante muito tempo orientou e encaminhou a vida dos sujeitos, foi suplantado pelo sentido de infinitude.

A infinitude está mais relacionada à perspectiva de um tempo presente, que, de acordo com a intensidade das ações e tecnologias, possibilita ampla realização de tarefas e experiências, mesmo em um curto período. “O dia de hoje pode se esticar para além de qualquer limite e acomodar tudo aquilo que um dia se almejou vivenciar apenas na plenitude do tempo.” (BAUMAN, 2007, p.15). No entanto, a ideia de infinito não se relaciona a metafísica ou a qualquer outro apoio transcendental, mas na própria existência do sujeito, breve e que deve ser aproveitada.

Em partes, a perda de historicidade e investimento pessoal, além do alheamento à ética religiosa, revela um pouco do descrédito relacionado aos grandes projetos coletivos, sobretudo após os regimes totalitários que varreram o ocidente. Somado a isso, a decepção com os escândalos políticos, os episódios de corrupção, o descaso com os direitos humanos, a omissão estatal mediante o mercado, o terrorismo internacional, as crises financeiras, a guerra pelo controle mundial e as desigualdades sociais enxertaram um clima generalizado de desconfiança rumo às questões políticas, econômicas e militares, acarretando um crescente desinteresse na esfera pública e no que virá. Mediante essa aura de despolitização, os movimentos contra culturais, estudantis, sindicais e revolucionários se abrandaram. Em tal momento que parece ser impensável fazer algo pelo mundo, sobressai o investimento nas demandas pessoais. Podemos resumir este pensamento nos versos de Rita Lee: “Me cansei de

escutar opiniões sobre como ter um mundo melhor, mas ninguém sai de cima, nesse chove não molha. Eu sei que agora eu vou é cuidar mais de mim.”⁴

A esfera privada sai vitoriosa da maré de apatia que se alastra, pois se as soluções políticas não funcionam, se o mundo vai mal e a sensação de catástrofe iminente é constante, resta então cuidar de si e aproveitar, em caráter imediato, as oportunidades que lhes são oferecidas. No sistema de perdas e ganhos, à medida que os grandes projetos coletivos foram colocados em suspeição por conta das incertezas do final do século XX, o hiperinvestimento pessoal mostrou que é possível viver sem grandes finalidades transcendentais (LIPOVETSKY, 2006).

Instaurada uma atmosfera de “salve-se quem puder”, todos querem se salvar, tratando-se de uma luta pela sobrevivência. Neste espectro sobrevivencialista, as identidades pessoais também precisam se adaptar as rápidas e abruptas mudanças, para não fenecerem apegadas a valores retrógrados e sólidos, assim, precisam estar sempre disponíveis a ajustes e remodelamentos. “Em nosso mundo fluído, comprometer-se com uma única identidade para toda a vida, ou até menos que a vida toda, mas por um longo tempo à frente, é um negócio arriscado. As identidades são para usar e exibir, não para armazenar e manter.” (BAUMAN, 2005, p.96).

Além dos atributos de hiperinvestimento na esfera privada, da ausência de sentido histórico e das identidades líquidas, outras características da subjetividade contemporânea ficam mais evidentes se pensarmos no regime político e econômico em voga. Pois com base em Jameson (1997), cada fase do capitalismo ocidental possui uma lógica cultural correspondente. Nesse caso, o pós-modernismo seria a lógica cultural do capitalismo tardio. Então, se a cultura, enquanto produção artística e modo de vida, encontra-se intimamente ligada ao modelo de produção econômica vigente (especialmente no atual período, em que as barreiras entre cultura e economia foram praticamente derrubadas), o domínio do neoliberalismo ocidental, que fornece sustentação ao modo de produção capitalista, permeia toda a conformação subjetiva contemporânea.

Os preceitos neoliberais, como a interconexão mundial de mercados, as políticas de livre comércio e a produção imaterial, envoltas por um Estado mínimo, beneficiaram a expansão das questões de consumo a nível global. Ao tempo em que trouxeram muitas incertezas e medos, principalmente para o mundo do trabalho, comprovando a assertiva de Bauman (1998) de que liberdade sem segurança não garante felicidade. O regime de acumulação flexível, além de

⁴ Música Saúde, composta por Rita Lee e Roberto de Carvalho.

exigir o mínimo de mão de obra, preza pelo uso de tecnologias para otimizar a produção, contribuindo para o aumento dos índices de desemprego e a desregulamentação na contratação de trabalhadores. As contradições e desigualdades chegam a níveis tão alarmantes que ao lado do trabalho cognitivo, que zela pela formação intelectual e cultural do trabalhador, está o trabalho escravo, uma dura realidade de exploração feudal que se alastra até os dias atuais, a fim de alimentar a renovação incessante da sociedade de consumo⁵.

Mas além do desemprego global, outro fruto do neoliberalismo pode ser representado pelo processo de privatização, ocorrido principalmente após os anos 70, quando diversos governos apontaram cortes nos gastos estatais como uma medida essencial. Neste processo, várias empresas estatais de fornecimento de serviços passaram a ser privatizadas, deixando de fora aqueles que não podem pagar por determinado serviço. Ademais, até mesmo a prestação de assistência social fornecida pelo Estado foi transferida, em partes, para iniciativa privada e instituições filantrópicas, o que acabou deixando os indivíduos com a sensação de abandono. O Estado, encarado como um grande pai, parece ter delegado sua função de proteção para o mercado, donde os sujeitos foram se acalantar nos braços (íngratos e traiçoeiros) do consumo.

Mas até chegar ao estágio em que se encontram, as questões de consumo passaram por modificações, de acordo com o desenvolvimento do capitalismo e, como já vimos, sempre servindo como aporte para a construção subjetiva. Nessa perspectiva, Severiano & Estramiana (2006) pontuam perfis de sujeito correspondentes a estes estágios. Na primeira fase, o capitalismo de mercado, reconhecido pela exploração de mão de obra, longas jornadas de trabalho e extração de mais-valia, culminou em crise de superprodução, uma vez que não havia tantos consumidores em condição de adquirir os produtos fabricados. Nesta fase, em que o consumo estava orientado pela funcionalidade e suprimento de necessidades básicas, os traços predominantes eram os do *Homo economicus*, de indivíduo prudente, ascético e soberano que, apesar da liberdade de comércio, se preocupava em poupar, pautado na forte referência religiosa.

Na sociedade de consumo de massa, segunda fase, o regime de produção fordista introduziu o trabalho em série, responsável por garantir o aumento da produção, ao tempo em que os serviços de seguridade social e fornecimento de crédito ao trabalhador aumentaram o escoamento dos produtos. Ao invés dos objetos funcionais da fase precedente, a produção enfocou o consumo simbólico, que preza o valor agregado à mercadoria, mais relacionado à satisfação de desejos abstratos e de diferenciação social do que à utilidade. Neste estágio, teve

⁵ Casos da loja de departamento Zara, C&A e de outras marcas de *fast fashions* multadas pela utilização de mão de obra escrava na confecção de suas peças.

início o “obsoletismo programado”, através do rápido tempo de giro dos produtos e do processo de destruição criativa.

Nesta fase, as agências de publicidade, por meio de fatores extra-econômicos, começaram a educar o consumidor para sempre desejar “novidades”, estimulando o consumo desregrado de excedentes e a busca por distinção através da adesão a determinadas marcas. Conforme a crescente urbanização e desenvolvimento das cidades, o sujeito, perdido entre maquinaria e rostos, foi apartado da ética religiosa e dos valores tradicionais, passando a encontrar referência e estabilidade psicológica no consumo. Neste contexto, o perfil do *Homo economicus* foi trocado pelo *Homo ludens*, onde o modelo hedonista e lúdico, perfeitamente direcionado para o mundo do consumo, substituiu a ética regrada e sóbria do período anterior. (SEVERIANO & ESTRAMIANA, 2006)

Por fim, no terceiro e atual estágio, denominado por Severiano & Estramiana (2006) como sociedade de consumo segmentada, o desenvolvimento das tecnologias e informatização da produção permitiu uma reestruturação mais flexível no processo produtivo, ao tempo que em elevou o desemprego a altos níveis. Ademais, o fenômeno da globalização, aliado ao regime neoliberal, trouxe a perda da autonomia dos Estados nacionais, refreados pelas questões de mercado. Nesta fase, os objetos de consumo se relacionam aos atributos subjetivos que podem oferecer, de acordo com a intensificação do seu valor-signo (BAUDRILLARD, 1995).

A grande variedade de produtos disponíveis no mercado que se espraia por todos os nichos fornece ao consumidor a sensação, ainda que ilusória, de liberdade de escolha e também sustenta um critério distintivo. Essa suposta eleição “livre” estimula o imaginário do sujeito, instigado pela possibilidade de realização dos seus desejos por meio da adesão a estilos de consumo. Assim, os atributos subjetivos de auto-realização, que correspondem aos valores hedonistas e de personalização, exacerbam o individualismo, favorecendo o fortalecimento de uma personalidade narcisista, voltada puramente para interesses íntimos.

Na classificação elaborada por Lipovetsky (2007), a terceira fase capitalista fomenta o consumo emocional de um sujeito que, além de buscar *glamour* e obtenção de status através de determinados produtos, se interessa principalmente pelo prazer e satisfação pessoal proporcionados pelos bens que consome, representando o individualismo e a privatização presentes no ato de consumir. Tanto que comumente escutamos as mais variadas associações entre felicidade e consumo, tal qual: “Está triste? Vai comprar”, “Shopping Terapia”, “Compra que passa”. Ou então relacionada ao sentimento de realização íntima: “Eu me dei de

presente”, “vou realizar meu sonho de consumo”, dentre outras. Embora todas essas se esfaçem assim que efetuadas.

Mas a compreensão de consumo de Baudrillard (1995) se distancia um pouco do consumo emocional pensado por Lipovetsky (2007), uma vez que este autor classifica o consumo como uma atividade inerentemente social, como um ato expressivo que o sujeito utiliza para comunicar algo a alguém, onde o critério distintivo sempre sobressai, através da hierarquia direcionada ao valor-signo – o que acaba contrariando a qualificação do consumo como um deleite puramente íntimo. Para Baudrillard (1995), não existe liberdade no ato de consumir, há uma ilusão bem articulada em publicidades e propagandas a fim de falsear o sentimento de “soberania do consumidor”, quando na verdade ele foi “programado” a desejar determinado bem. Antes do consumidor escolher, algo já foi previamente escolhido para ele, e escolhido não de acordo com sua singularidade, mas de acordo com códigos predeterminados. Desta forma, não há possibilidade de encarar o consumo como um deleite meramente pessoal.

Na atual fase do capitalismo, uma das medidas para manter o alto ritmo de produção e venda de mercadorias se concentra estrategicamente no investimento em publicidade e propaganda, com a finalidade de estimular desejos e acentuar a debilidade já deixada pelo desamparo estrutural dos sujeitos. Esse investimento propagandístico, além de intermediar a relação entre economia e cultura, também contribui para divulgar valores e comportamentos a serem seguidos, principalmente em se tratando da promoção do individualismo e consumismo. (HARVEY, 2010) Sem nenhuma preocupação com a real satisfação do sujeito, o importante é a adesão.

Assim, a associação de bens de consumo a sentimentos e sensações contribui para que o sujeito nunca pare de desejar, conforme a incessante inovação e produção do sistema industrial, aliada ao trabalho bem engendrado pela propaganda. Baudrillard (1995) enxerga a perpétua necessidade (também produzida em escala industrial) que invade o sujeito, através da própria lógica de diferenciação social, pois se os objetos-signos participam de uma classificação hierárquica com infinitas combinações, as relações de distinção social também não findam de acontecer. Por isso os sujeitos nunca se satisfazem por completo e sempre querem mais e mais consumir.

Resguardadas algumas incongruências, assim como Baudrillard, Lipovetsky (2007) também compreende o consumo de acordo com a possibilidade de critérios de diferenciação social, relacionado à sensação de segurança, alcançada através da diferenciação proporcionada pela adesão às marcas. A compra de um produto de marca, além de significar a

expressão de um hedonismo individualista, objetiva acalmar as incertezas sociais provocadas pela multiplicação dos referenciais. Na sua visão, anteriormente existiam formas de socialização hierarquizadas que garantiam a separação entre alto e baixo, bom e mau gosto, chique e popular, mas com o desmembramento e pluralização dos parâmetros sociais de consumo, com a quebra de barreiras entre cultura de elite e de massa, as classificações ficaram embaralhadas.

Dessa forma, quando a moda e os estilos estão aí para quase todos, resta recorrer ao reconhecimento das marcas, respaldado por meio de divulgação da mídia ou pela identificação do valor monetário, a fim de evitar a constrangedora sensação de vexame público e para se distinguir dos demais, ou seja, dos que não têm acesso àquele bem. Essa constante busca por seguir os ditames da moda e das marcas, sobretudo entre os jovens, reflete o medo da exclusão e da rejeição pelos seus pares. Na sociedade de “hiperconsumo, é preciso apreender esse fenômeno como uma manifestação do individualismo igualitário que conseguiu estender suas exigências até o universo imaginário”. (LIPOVESTSKY, 2007, p.51) O receio de se sentir diminuído mediante os outros, ainda que por questões de consumo, revela um pouco da discussão de Lazzarini (2006) sobre o estigma da vergonha que norteia a construção subjetiva contemporânea.

Para Freud (1996), era o sentimento de culpa, advindo do temor à transgressão aos modelos normativos, pautado na rígida moral religiosa, que guiava o mal-estar civilizatório. Este mal-estar, conforme preconizado por Freud, se dava tanto em relação à sexualidade quanto à violência. No entanto, na contemporaneidade, em que a exposição do sujeito e a ética permissiva tomam o centro da civilização, o sentimento predominante de culpa foi ofuscado pela da vergonha.

A vergonha tem origem tão cedo quanto a culpa, pois é estimulada por experiências nas quais o sentimento de inadequação ou humilhação são provocados, sentimentos esses relacionados a vivências muito primitivas, antes mesmo do estabelecimento da linguagem no indivíduo. Baseia-se igualmente nas sanções externas, mas é uma emoção advinda de uma reação frente à avaliação crítica de outras pessoas. (LAZARINNI, 2006, p.55)

Apesar do processo de privatização que é marca deste período, a vergonha, diferente da culpa, se dá em território mais externo, de acordo com o olhar do outro. No entanto, a vergonha tem direcionamento para o sofrimento pessoal por não atingir a expectativa alteritária, acompanhada de sentimentos como frustração e impotência.

De acordo com Galimberti (*apud* Lazzarini, 2006), o pudor serve como uma maneira de manter resguardada a intimidade, que também simboliza o afastamento da vulnerabilidade

de estar “desnudo” para o outro. Mas na sociedade contemporânea, o privado deseja se mostrar, assim, até mesmo a vida cotidiana do sujeito é colocada em exposição, seja com o objetivo de galgar admiração, auferir lucros ou para tamponar o tédio de uma “vida normal”. Assim, observamos a espetacularização de cotidianos, seja nos programas de TV, reality shows, blogs pessoais ou mesmo nas redes de relacionamento. O sujeito que se abre ao olhar do outro necessita, como bem disse Lasch (1983), de uma audiência que o admire e o aplauda, assim como carece Narciso.

As tecnologias da informação, ao propiciarem a interconexão global através da grande rede, ampliaram as possibilidades comunicacionais. E se pensarmos na evolução e aperfeiçoamento constantes de tecnologias de áudio e som, na implementação das redes móveis de telefonia e serviços de banda larga, fica ainda mais evidente a revolução que essas mudanças na forma de comunicar agregaram à vida dos sujeitos. Fotos, vídeos e qualquer outro conteúdo multimídia podem ser produzidos a todo o momento e, mais do que isso, podem ser divulgados globalmente através da internet. Nessa circunstância, cabe ao sujeito uma posição de produtor, assim, suas particularidades podem ser compartilhadas com o mundo, a fim de cooptar o olhar e a contemplação do outro, mas claro, com todas as glórias e mazelas a que a exposição pode submeter. O sentimento de vergonha, por exemplo, pode ser amplificado a níveis jamais imaginados, como nas ocorrências de *ciberbullying* ou demais crimes virtuais capazes de expor o sujeito ao constrangimento público.

Ao divulgar determinado conteúdo na internet, sobretudo das redes de relacionamento virtuais, o sujeito busca obter enaltecimento e aprovação dos demais. Dificilmente alguém procura contestação e, não se tratando de pensamentos polêmicos ou posicionamentos políticos, quase não sobra espaço para discordância. Em geral, podemos observar a quantidade esmagadora de comentários de apoio e anuência, embora sequer sejam resultados de reflexões ajuizadas ou mesmo sinceras. Nas fotografias e vídeos pessoais, por exemplo, “Lindo (a)!” e “Adorei!” é o que mais se vê, como se fosse uma espécie de código fático, postado quase que automaticamente.

Ainda que sem muito, ou mesmo nenhum, envolvimento e reflexão, o fato é que a quantidade de curtidas, seguidores e comentários serve como termômetro de popularidade e reconhecimento. Aproveitando o nicho de mercado, muitos aplicativos fornecem, não sem um custo adicional, a compra desses indicativos de “sucesso” para os que querem que sua “extraordinária vida comum” seja acompanhada e celebrada, ou, ao menos que assim pareça.

A vontade de ser acompanhado e admirado pelo olhar alheio denota a circunstância de instabilidade e insegurança, em que o sujeito encontra-se mergulhado.

Em relação a fotografias, a prática de *selfies*, em que um indivíduo portando uma câmera tira autorretratos nas mais diversas situações, virou febre nas redes virtuais de compartilhamento de fotos. Até o presidente americano Barack Obama entrou na onda dos “autoclques”, além das ações de marketing intencionalmente produzidas em cima desse fenômeno virtual⁶. Os usuários desse novo estilo fotográfico, se é que podemos chamar assim, fazem fotos frente a um espelho, com o braço erguido em direção ao rosto ou através da câmera frontal (já disponibilizada em muitos aparelhos celulares). As motivações são as mais diversas, seja para mostrar um novo corte de cabelo, a aquisição de uma peça de vestuário, a visita a um museu importante, um encontro de amigos ou um dia relaxado em casa. No entanto, boa parte delas denota a busca por autopromoção e a aceitação dos “seguidores”, dada através do famoso “like-curtir” ou dos comentários positivos. Autorretratos não são invenções recentes, mas com as intervenções tecnológicas ficaram mais acessíveis e ainda possibilitaram ampla e instantânea divulgação. Em resumo, uma ótima oportunidade, dentre tantas outras permitidas pela tecnologia, para “escolher” programada e aparentemente como se mostrar ao “outro”.

Como bem pontua Lasch (1983), todos nós vivemos cercados de espelhos e neles procuramos cativar ou mesmo impressionar as outras pessoas, assim, trabalhamos duro para intensificar os pontos fortes e apagar ou disfarçar as ranhuras que podem, porventura, prejudicar a imagem que queremos formar perante os outros. Semelhante ao que se extrai de Erving Goffman (1992), em “Representações do eu na vida cotidiana”, em que o autor fomenta a ideia de que similar a um ator, o sujeito formula uma imagem de si para se apresentar em público.

As indústrias da publicidade e propaganda, por exemplo, encorajam deliberadamente essa preocupação com a aparência e com a forma de “apresentação” para o mundo. Esse constante investimento na elaboração de uma imagem adequada está contemplado, segundo Lasch (1990), na chamada de capa de uma revista de beleza que faz a seguinte associação: “Sua Obra Prima – Você”. Ou seja, seu melhor investimento de tempo e cuidados deve ser direcionado para a sua maior obra: sua própria imagem.

Podemos trazer para essa discussão o conceito de espetáculo de Debord (2011), que está relacionado a uma grande diversidade de fenômenos aparentes. Trata-se da afirmação da

⁶ A empresa Samsung, por exemplo, arquitetou uma das selfies mais comentadas do mundo, composta por astros e estrelas de Hollywood nos bastidores da entrega do Oscar 2014.

própria vida humana como aparência. Essa circunstância, já iniciada pela propagação ininterrupta de imagens pelo mercado, fortaleceu a degradação do “ser” em “ter” e, no presente momento, a substituição do “ter” pelo “parecer”, reforçando o valor da superficialidade apregoado por Jameson (1997). Mesmo datando dos anos 60, a atualidade deste conceito de Debord, nos permite pensar sobre a centralidade em que consumo e mídia alçam na vida do sujeito, impregnando seu dia-a-dia de imagens e por que não “autoimagens promocionais”? Nessa circunstância, o sentido da visão toma lugar de destaque:

Onde o mundo real se converte em simples imagens, estas simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes típicas de um comportamento hipnótico. O espetáculo, como tendência para fazer ver por diferentes mediações especializadas o mundo que já não é diretamente apreensível, encontra normalmente na visão o sentido humano privilegiado que noutras épocas foi o tato; a visão, o sentido mais abstrato, e o mais mistificável, corresponde à abstração generalizada da sociedade atual. (DEBORD, 2011, p.18)

Para Muniz Sodré (1990), na ordem de simulacros instaurada na atualidade, o olho é solicitado mais do que já fora em qualquer outro tempo, os registros fotográficos ou filmicos são propiciados por tecnologias que imitam os artifícios da captura pela visão. Pois se olhar e cérebro atuam para registrar a singularidade de um instante real, as tecnologias de reprodução trazem uma duplicação simuladora dessa realidade: a telerrealidade. Ao duplicar a representação do sujeito, as máquinas favorecem a admiração e o encantamento daquilo que simulam, ou seja, o próprio sujeito. Sodré (1990) relata a pergunta feita a um engraxate da Rocinha (RJ) sobre o que ele queria ver na tela da TV, a qual ele responde sem titubear: eu! Ele queria se ver na TV, não garotos da sua faixa etária e condição social com quem pudesse se identificar, ele queria ver a sua própria imagem refletida no espelho televisivo.

Se na televisão não há espaço para todos, a divulgação no mundo virtual possibilita que todos possam, de alguma maneira, projetar suas imagens (e projetar conforme a sua conveniência, uma vez que o próprio sujeito atua como produtor). Assim, vemos a intensificação de publicações pessoais, onde todos querem se enxergar no espelho das telas (seja do televisor, computador, celular ou tablet). Além do interesse já tão propalado sobre o valor dedicado à exterioridade, também revela um pouco da vontade de “congelamento” que os registros trazem. Em outras palavras, esse sujeito que vive no presente, superficial e desapegado dos valores transcendentais, pretende fixar uma imagem presentista que o represente, pois vive atormentado pelo medo da morte e do esquecimento, uma vez que a durabilidade não é um dos pontos fortes dessa sociedade.

O desinteresse pelo futuro e o abandono da religião tornam ainda mais extrema a condição mortal do sujeito, o medo da morte e do fenecimento corporal aterroriza os indivíduos. “De fato, é o processo de personalização que, esvaziando sistematicamente toda posição transcendental, engendra uma existência puramente atual, uma subjetividade total sem finalidade nem sentido, entregue à vertigem da auto-sedução”. (LIPOVETSKY, 2006, p.42) A personalização do corpo acaba recorrendo para a juventude, travando uma luta perene contra a implacabilidade do tempo, permanecer jovem significa permanecer sempre útil, assim, o corpo precisa ser constantemente reciclado, para que não dê nenhum sinal de obsolescência.

Para Giddens (1993), na instabilidade e complexidade contemporânea, o corpo torna-se elemento fulcral na busca de sentidos e de referências mais estáveis, talvez por se constituir em um dos poucos domínios, até certa medida, controláveis pelos indivíduos. Para este autor, o corpo aparece como uma instância dotada de reflexividade, revelada na preocupação com a alimentação, com a prática de exercícios e com o monitoramento constante do desempenho, apto a refrear a incerteza e insegurança geradas pela grande diversidade de estilos de vida. Semelhante a Giddens (1993), para Bauman (2005) o corpo também congrega a expectativa de certa durabilidade, se comparado a outros segmentos mais fluídos da vida do indivíduo. Mas claro, continua a ser considerado em sua mortalidade, por isso, cuidá-lo corresponde a aumentar o prazo de validade, tanto em relação à aparência jovial, quanto à longevidade.

No entanto, em contrapartida, o corpo também pode suscitar angústia e aflição, não só pela perspectiva do fenecimento, mas de acordo com as inquietações decorrentes da ânsia em se “enquadrar” aos padrões corporais veiculados em diversas plataformas midiáticas, com o intuito de afastar o estigma da vergonha – marca da construção subjetiva na contemporaneidade –. Assim, ao invés de suscitar controle e equilíbrio para bem viver, as preocupações exacerbadas com o corpo podem levar a uma obsessão destrutiva na busca da perfeição corporal ou mesmo ao adoecimento, causado por distúrbios alimentares ou excesso de estimulantes que incitam alta performance.

Mas vale ressaltar que a compreensão de Giddens (1993) sobre o corpo se relaciona à construção de uma auto-identidade, pois quando os valores políticos, ideológicos e religiosos não servem mais como principais referenciais, o corpo surge como importante referência reflexiva para a construção identitária. Para esse autor, o envolvimento com o corpo não revela necessariamente uma atitude de apagamento do outro e auto enamoração corporal, mas uma situação decorrente dos valores da alta modernidade. Na sua visão, trata-se da

intensidade do relacionamento com a exterioridade e as exigências requeridas por esta relação. Mais uma vez, o paradoxo entre os valores externos e autocentramento ficam evidentes, porque o fenômeno do narcisismo permeia esta dualidade (vide a relação entre ideal de ego e ego ideal que veremos adiante).

Entretanto, em Lipovetsky (2006), pautado em Richard Sennet⁷, o sujeito na hipermodernidade tem o corpo como objeto de culto, tratando-se de um hiperinvestimento narcisístico, demonstrado pelos rituais diários de beleza, pela obsessão com higiene, saúde e manutenção terapêutica. As mutações sociais, segundo este autor, impactaram na representação do corpo, que perdeu seu status de alteridade para entrar em perfeita identificação com o ser-indivíduo.

O corpo não mais designa uma abjeção ou máquina, mas designa nossa identidade profunda da qual não mais se tem motivo para sentir vergonha; podemos exibi-los nu nas praias ou em espetáculos, em toda a sua verdade natural. Enquanto pessoa, o corpo ganha dignidade; deve-se respeitá-lo, quer dizer, cuidar constantemente do seu bom funcionamento, lutar contra sua obsolescência, combater os sinais de sua degradação por meio de uma reciclagem permanente (cirúrgica, esportiva, dietética, etc.); a decrepitude “física” tornou-se uma torpeza. (LIPOVESTKY, 2006, p.42)

Fazer o corpo existir por si mesmo é, inclusive, uma característica sintomática do narcisismo contemporâneo, dotar o corpo de autorreflexão e reconquistar sua interioridade, ainda que sob a marca da superficialidade. Se estamos, como aponta Sennet (1988), em uma “cultura da personalização”, o próprio corpo se torna um indivíduo e pode ser colocado numa trajetória de libertação, podendo evoluir para uma instância de experimentações e escolhas. Todavia, ao tempo que o narcisismo atua para personalizar o corpo, também o insere em uma normatização, embora pareça livre, obedece aos imperativos sociais. Contraditoriamente, o narcisismo opera para despadronizar e padronizar, simultaneamente, o que parece um sentido de onipotência, também revela aprisionamento no controle social. (LIPOVESTKY, 2006)

A mídia e os fenômenos aparentes do espetáculo influenciam neste regime de normatização da aparência. O sujeito, que objetiva ser admirado pela beleza e celebridade que irradia, adota os modelos indicados nas plataformas midiáticas, pois estes meios indicam exemplos reconhecidos e eficazes, não só relacionados a tendências de vestuário e maquiagem, mas também acerca da conservação e desempenho corporal. Neste espectro, a

⁷ SENNETT, Richard. O declínio do homem público: as tiranias da intimidade. São Paulo, Companhia das Letras. 1988.

perspectiva do envelhecimento e degradação do corpo, tal qual o sentimento de feiura e inadequação, tornam-se insuportáveis.

Assim como a moda, que lucra com o fenômeno dos blogs pessoais tratando de estilos de consumo e mostrando looks reais, uma onda de moda fitness também se alastra sobre o mundo virtual. O interesse pelo corpo e suas potencialidades físicas (relacionadas a vigor e força) e aparentes (em relação à beleza e bem-estar) conquistam adeptos no mundo todo, interessados em compartilhar seus treinos, dietas nutricionais, dicas sobre produtos e exercícios. Estas duas esferas (moda e corpo) estão imbricadas, pois de acordo com Baudrillard (1995), a redescoberta do corpo é sempre a do corpo/objeto, levando em consideração “o contexto generalizado dos outros objetos, percebe-se como é fácil, lógica e necessária a transição da apropriação de bens e de objetos de compra” (BAUDRILLARD, 1995, p. 143)

O corpo também pode ser vinculado às práticas de sedução, que, de acordo com Lipovetsky (2006), estão espalhadas por toda parte, desde a substituição da coerção pela comunicação, o proibido pelo prazer e o anônimo pelo sob medida até a reificação da responsabilidade. Essa circunstância de sedução pode ser inicialmente explicada pelo mundo de consumo, em que a abundância de bens, imagens e serviços induz ao hedonismo, de acordo com o ambiente eufórico de tentação e proximidade, em que as ofertas possibilitam à escolha “livre” e ao processo sistemático de personalização, em contraposição a homogeneidade produtiva.

Mas, para Baudrillard (1995), o consumo não pode ser analisado apenas no âmbito pessoal. Pensemos em uma rede de restaurantes, em que os sanduíches podem ser montados pelo consumidor, entretanto, apesar de apregoar a liberdade combinatória ao montar o sanduíche, a cartela de ingredientes já foi previamente escolhida. Ou seja, o cliente pode escolher, mas apenas dentre as opções ofertadas, então, essa circunstância não possibilita a liberdade de escolha, mas um falseamento baseado em uma “livre escolha” estrategicamente programada.

O processo de sedução que começou na personalização do consumo se estendeu até a relação do sujeito com o seu próprio corpo, onde o afastamento da coerção e da censura acrescentou uma aura de permissividade. “Desta maneira, produzimos um sujeito não mais pela disciplina, mas, sim, pela personalização do corpo sob a égide do sexo” (LIPOVESTSKY, 2006, p.13) O corpo do sujeito, que não tem mais a ver com a máquina, deve ser amado, desejado e exibido, a sedução amplia o espectro da sintonia corporal.

Entretanto, o entendimento do corpo e a pretensa liberdade sexual, acompanhada de informações e comunicação, não aparta o perigo do isolamento e retraimento para a esfera privada. Pois o movimento de libertação, que propicia amplo e intenso envolvimento sexual, não vem seguido do comprometimento sentimental com o outro. Nesse mundo fluído, caracterizado pela incerteza e pela volatilidade de mercado, os relacionamentos afetivos dos sujeitos acabam adotando características de precariedade e superficialidade, uma vez que os valores podem assumir materialização semelhante a das mercadorias, suscetível ao processo constante de saturação e inovação que envolve a produção industrial. O amor, por exemplo, comparado a um bem de consumo, fica revestido dos atributos de celeridade, instabilidade e valor mercantil, podendo, inclusive, ser calculado e racionalizado.

Comprometer-se com um relacionamento (...) é uma faca de dois gumes. Faz com que manter ou confiscar o investimento seja uma questão de cálculo e decisão. (...) Ao contrário de uma escolha pessoal do tipo "pegar ou largar", não está em seu poder evitar que o parceiro ou parceira prefira sair do negócio. Há muito pouco que você possa fazer para mudar essa decisão a seu favor. Para o parceiro, você é a ação a ser vendida ou o prejuízo a ser eliminado — e ninguém consulta as ações antes de devolvê-las ao mercado, nem os prejuízos antes de cortá-los. Por todos os motivos, a visão do relacionamento como uma transação comercial não é a cura para a insônia. Investir no relacionamento é inseguro e tende a continuar sendo, mesmo que você deseje o contrário: é uma dor de cabeça, não um remédio. (BAUMAN, 2004, p.15)

Para Bauman (2004), os sujeitos contemporâneos, conforme o sentimento de abandono e descartabilidade que rondam as configurações socioculturais da modernidade líquida, vivenciam a ambivalência de estarem desesperados para conquistar o sentimento de segurança e amparo trazido por um relacionamento sério. Mas também nutrem certa desconfiança acerca da condição de estarem ligado ao outro, pois temem os encargos trazidos por esta circunstância. Com o crescente processo de mercadorização, os relacionamentos transitam entre o sonho e o pesadelo, e não há como precisar quando um se transforma no outro. No líquido cenário pós-moderno, os relacionamentos não indicam apenas cumplicidade e companheirismo, mas quadros de perturbação e incerteza. Se o sentimento de solidão traz consigo insegurança, não significa que dentro de uma relação esse sentimento desaparecerá, podendo, inclusive, ser substituído por sensações ainda mais aflitivas.

Investir em um relacionamento, que não serve como provisão certa de felicidade e segurança, além de parecer inútil, pode trazer preocupações desgastantes. Baseado no conceito de “relações de bolso” (2004, p.18), da jornalista inglesa Catherine Jarvie, Bauman (2004) indica como podemos tirar proveito dos relacionamentos afetivos na

contemporaneidade. Neste conceito, em que os atributos de instantaneidade e disponibilidade são centrais, as relações são encaradas como se pudessem ser guardadas no bolso e retiradas conforme a conveniência do sujeito. Para este tipo de relacionamento ser bem-sucedido, dois passos são fundamentais, o primeiro apregoa que o sujeito deve entrar sóbrio na relação, sem paixões delirantes, nem torrentes de emoção, pois a consciência e racionalidade devem ser mantidas sempre, já que quanto menos envolvimento, menor a possibilidade do sentimento de insegurança. O segundo passo trata do controle da relação, que nunca deve extrapolar o previamente combinado, a fim de que esta não tome proporções indesejáveis, de acordo com a presença de intercorrências emocionais.

O conceito de “relações de bolso” revela distanciamento e frieza. Mediante todo o controle assumido e toda racionalidade dedicada, o sentimento arrebatador de um grande amor, se perde. Como se somente resguardado das fortes emoções, dos afetos e das paixões, o sujeito pudesse se proteger contra a fragilidade inerente a todo ser humano, assim, “para se manter seguro em uma relação: não ame”, embora saibamos que “não amar” também não seja garantia de segurança alguma. Desta forma, voltamos para a ideia de que não há ganhos sem perdas, pois ao barrar a angústia da vulnerabilidade do envolvimento emocional, extirpa-se junto o brilho e a intensidade daquilo que uma relação afetiva pode acrescentar de melhor ao sujeito, ainda que envolva riscos.

As condições culturais na contemporaneidade, que favorecem a liquidez das instituições e dos valores, também adicionam fluidez aos sentimentos e às relações. Também afasta a perspectiva do eterno, até mesmo porque, em uma sociedade desprendida do sentido de continuidade histórica e dos valores transcendentais, a eternidade não é mais um alvo a ser buscado. Trata-se da transição dos valores de eternidade para os de infinitude. Embora seja uma homenagem à intensidade do amor, nos últimos versos do seu “Soneto de Fidelidade”, Vinícius de Moraes parece representar bem essa circunstância: “Que não seja imortal, posto que é chama/Mas que seja infinito enquanto dure”. Uma vez que as relações se baseiam em laços momentâneos que a qualquer momento podem ser desfeitos, que pelo menos sejam vigorosos durante o tempo em que resistirem.

Essas transformações podem ser sentidas na crescente derrocada da instituição do matrimônio, em que, além do aumento vertiginoso do número de divórcios, agora também aponta para uma tendência de não selar solenemente a união, apenas estar junto (ou morar junto) porquanto esta circunstância seja vantajosa.

Anthony Giddens declarou brilhantemente que a antiga ideia romântica de amor com uma parceira exclusiva “até a morte nos separe” foi substituída, no decorrer da libertação individual, pelo “amor confluyente”- uma relação que só dura enquanto permanecer a satisfação que traz a ambos os parceiros, e nem um minuto mais. No caso dos relacionamentos, você deseja que a “permissão de entrar” venha acompanhada da “permissão de sair no momento em que não veja mais razão para ficar”.

(BAUMAN, 2005, p. 72)

O compromisso com o outro, sobretudo o compromisso incondicional, deve ser evitado de toda maneira pelas armadilhas que reúne, pois a relação só deve existir enquanto pode se revelar proveitosa. No entanto, o sentimento de “esgotamento” nem sempre acontece simultaneamente entre os envolvidos. Se uma das partes pode cair fora a qualquer instante, mesmo sem o consenso, seja porque se cansou ou porque se deu conta de oportunidades mais interessantes, o investimento e a entrega a um relacionamento realmente abarcam profundos riscos.

Portanto, fazer votos de fidelidade significa compactuar com esses riscos, pois com o apego ao instável ou o cerceamento de liberdade, abre-se precedente para a dependência afetiva que, de toda a forma, virou um adjetivo pejorativo, sinônimo de fragilidade. Em uma sociedade que acirra a competitividade em todos os segmentos, sobretudo no mercado de trabalho, qualquer ponto de vulnerabilidade pode servir como critério desqualificador. Mais uma vez, o caminho indicado para as relações aponta para a debilidade de laços e distância de envolvimento profundos.

Outra mudança experimentada nas relações advém do uso da tecnologia, pois com as possibilidades abertas pela interconexão mundial de computadores, o sentido de “estar perto” mudou. São mensagens instantâneas, conversas que congregam os recursos de áudio de vídeo, teleconferências, tudo isso confluindo para aumentar as redes de conexões e, de certa maneira, a substitutibilidade das relações e pessoas. “Uma chamada não foi respondida? Uma mensagem não foi retornada? Também não há motivo para preocupação. Existem muitos outros números de telefones na lista...” (BAUMAN, 2004, p.37) Uma vez que não há limites para conexão, não importa fragilidade e ruptura, nem mesmo o ritmo frenético de atualização, sempre mais conexões podem ser usadas, o que diminui um pouco o medo da solidão. Entretanto, estamos mediante mais um paradoxo, o da tecnologia que aproxima os distantes e distancia os próximos.

De acordo com Bauman (2004), essa proximidade virtual, ao tempo que torna as conexões humanas simultaneamente mais frequentes e mais superficiais, mais intensas e mais curtas, não chega a formar laços duradouros, exatamente pela brevidade e banalidade que

preconiza. Centradas na facilidade, tão logo qualquer maior esforço para cultivar e permanecer seja exigido, os relacionamentos são rompidos, assim como a facilidade que foi para conquista-los. “Os espasmos da proximidade virtual terminam, idealmente, sem sobras nem sedimentos permanentes. Ela pode ser encerrada, real e metaforicamente, sem nada mais que o apertar de um botão”. (BAUMAN, 2004, p.39) Na incerteza desta sociedade, de valores transitórios e fugazes, os relacionamentos afetivos, sejam reais ou virtuais, prezam pela redução do sofrimento, evitando a falta de liberdade e a decepção do abandono. Assim, como disse Giddens (*apud* BAUMAN, 2004), os sujeitos torcem para que a hora da saída e de chegada de ambos os parceiros coincidam, facilitando todo o processo.

Outro ponto importante para pensar as relações na modernidade líquida diz respeito ao amor ao próximo. De acordo com Freud (*apud* BAUMAN, 2004), "amar o próximo como a si mesmo" é um dos preceitos fundamentais da vida civilizada. No entanto, em contrapartida, é também o que mais contradiz o tipo de razão que a civilização promove: a razão do interesse próprio e da busca da felicidade. Se o sentimento do amor, enquanto moeda de troca, objetiva uma permuta com algo que valha a pena, talvez não seja tão vantajoso amar o próximo, sem supor ao menos uma espécie de retribuição. “Se eu nem ao menos o conheço, como posso amá-lo?” Freud (*apud* BAUMAN, 2004) indaga que embora seja um preceito solene, “amar ao próximo como a si mesmo” contraria a natureza original do homem, por isso a aceitação a esse princípio rompe com os instintos naturais e o aproxima da humanização.

Aceitar o preceito do amor ao próximo é o ato de origem da humanidade. Todas as outras rotinas da coabitação humana, assim como suas ordens pré-estabelecidas ou retrospectivamente descobertas, são apenas uma lista (sempre incompleta) de notas de rodapé a esse preceito. Se ele fosse ignorado ou abandonado, não haveria ninguém para fazer essa lista ou refletir sobre sua incompletude. (BAUMAN, 2004, p.46)

"Amar o próximo como a si mesmo", enquanto princípio fundador da humanidade, prevê a irrefutável existência do amor-próprio como uma questão de sobrevivência, intrínseca aos sujeitos e, que portanto, não precisa de mandamentos. O amor ao próximo distingue o ser humano de outros seres-vivos que também possuem instinto de sobrevivência, mas, no entanto, não vivem sob o preceito de amar o outro como a si mesmo, responsável por refrear os instintos estabelecidos pela natureza. Assim, amor-próprio e instinto de sobrevivência podem andar lado a lado, mas não necessariamente na mesma direção.

O amor-próprio, que estimula a luta pela vida e a constante batalha contra as ameaças de ceifa-la, pode, por outro lado, rebelar-se contra a sua continuidade, estimulando perigos e riscos, conforme o sentimento de desencaixe e rejeição. Pois amamos no amor-próprio a

possibilidade de sermos amados. Em outras palavras, para termos amor-próprio, precisamos nos sentir amados. A recusa do status de objeto de amor promove uma auto-aversão. Então, o “próximo” também deseja ser amado da mesma forma que queremos estimulados o nosso amor-próprio, em uma relação de reciprocidade que possibilita a continuidade harmoniosa da existência humana. (BAUMAN, 2004)

No entanto, a luta pela sobrevivência, comprovada na experiência do Holocausto, deu outro tom para esta discussão. Este episódio trágico, de acordo com Bauman (2004), transformou negativamente a humanidade, ao apresenta-la um nível aterrorizante sobre o desrespeito, espoliação e humilhação ao “outro” em nome de uma suposta sobrevivência. Neste fatídico acontecimento foram inventadas as mais mirabolantes formas de imprimir aflição e medo ao mais fraco. “Como escapar à dor e a humilhação? A forma natural é matar ou humilhar seu algoz ou benfeitor. Ou encontrar outra pessoa mais fraca para triunfar sobre ela” (ZHELAKOVA *apud* BAUMAN, 2004, p.50). Esse procedimento de rebaixamento ao outro, desencadeado durante o Holocausto e outras tragédias mundiais, parece ter marcado indelevelmente as relações contemporâneas.

Ao tempo que a globalização hibridiza, os fundamentalismos e extremismos ascendem com força total, assistimos ao retorno enfurecido do apego ao essencialismo, que faz com que estrangeiros e imigrantes sejam achincalhados como invasores, perturbadores da paz e da ordem. Assim, o outro passa a ser encarado como um estranho, como um problema à liberdade, não como referencial de segurança. Por isso lançam mão de formas de defesas a fim de conter a invasão e a proximidade desses intrusos. Bauman nomeia essa circunstância como *mixofobia* que “se manifesta no impulso que conduz a ilhas de semelhança e mesmidade em meio a um oceano de variedade e diferença” (BAUMAN, 2004, p.62).

Mas os embates não param nas diferenças culturais entre regiões desenvolvidas e subdesenvolvidas, entre estrangeiros e turistas. Até mesmo em um centro urbano regional, as divergências socioeconômicas, religiosas, políticas, sexuais, culturais e até mesmo de preferências banais⁸ também suscitam o ódio, a revolta, tanto que parece cada vez mais difícil pensar no “amor ao próximo”, a menos que esse próximo se porte mais como semelhante, do que como “diferente”.

Os sujeitos querem se ver refletidos nos relacionamentos, não querem a colisão que a diferença proporciona, entretanto, fica complicado pensar em similitudes em um mundo diversificado, aberto às misturas, sobreposições e hibridismos, marcado principalmente pelos

⁸ Podemos pensar nas divergências entre times de futebol, por exemplo.

atributos de singularidade e personalização. O desejo de ser semelhante parece funcionar como uma forma de os homens evitarem a necessidade de examinarem uns aos outros com maior profundidade. Ou seja, uma demonstração da superficialidade que marca os laços afetivos.

Se de fonte de amor-próprio, o “outro” passa a representar uma ameaça ao sujeito, não é de se espantar o número alarmante de efeitos colaterais advindos do sentimento de auto-aversão e incertezas sobre o “eu”. Pois sem a sensação de ser amado, o sujeito não consegue ao menos se amar. A modernidade líquida proporciona formas culturais em que os sujeitos preferem se fechar em si mesmo, a buscar o contato com os outros, pois, como já vimos, este contato parece não trazer a certeza de segurança e ainda o expõe a riscos. Mediante relações superficiais, frias e desencantadas, o sujeito contemporâneo acaba jogando o bebê fora junto com a água do banho, pois ao privar-se do outro por receio, medo ou insegurança, na verdade, acaba privando-se do conhecimento de si mesmo. Amar o próximo como a nós mesmos significa “respeitar a singularidade de cada um – o valor de nossas diferenças, que enriquecem o mundo que habitamos em conjunto e assim o tornam um lugar mais fascinante e agradável, aumentando a cornucópia de suas promessas”. (BAUMAN, 2004, p.47)

Ademais, podemos citar ainda uma tendência contemporânea que se revela na incapacidade do indivíduo de deixar-se invadir pelas emoções alheias, podemos constatar isso na frivolidade com que os sujeitos lidam com as tragédias cotidianas que não lhe dizem respeito diretamente. Notícias de assassinato, injustiças sociais, mortes, estrangulamentos, terrorismo, desastres ambientais, tudo isso encarado com a mais pura indiferença. Talvez a profusão narcotizante de imagens, acrescida do sensacionalismo barato tenha contribuído com a banalização destinada às circunstâncias trágicas. Mas esse fato baliza, sem dúvida, o distanciamento que envolve a relação com a alteridade. O autocentramento pessoal que embarreira o sentimento de compaixão, generosidade.

Todas as características acima listadas contribuem para a classificação da subjetividade contemporânea como narcísica. Se como diz Lipovetsky (2006), todas as gerações precisam de um mito identificatório, atualmente seria o mito de Narciso o encarregado a representar o perfil atual de sujeito. No poema *Metamorfoses* de Ovídio, Narciso, filho da ninfa Liríope e do deus-rio Céfiso, nasceu com estonteante beleza e amaldiçoado a nunca se conhecer. De acordo com o mito, Narciso era frio e indiferente com todos que o interpelavam, centrado em si mesmo, teve um fim trágico, morreu enamorado pela sua própria imagem.

Segundo Nascimento (2011), o narciso contemporâneo, semelhante ao do mito, remete à melancolia porque se apega a ideais inalcançáveis (principalmente os apregoados pela indústria da propaganda e consumo) e nele foca toda sua energia, sem atentar para o caráter ilusório de tais imagens e para o quanto essas imagens propositalmente fabricadas o afastam do autoconhecimento. Além disso, a indiferença de Narciso corresponde à insensibilidade sentimental, pelo medo de se abrir verdadeiramente ao “outro”, contrastada pelo interesse superficial em seduzir. Pois embora se afaste de envolvimento sério, teme não ser admirado e tem horror ao sentimento de vergonha causado pela não adequação aos modelos de perfeição impostos pela cultura.

Essa ascensão do narcisismo como característica da subjetividade contemporânea ocidental corresponde às mudanças instauradas de acordo com o ritmo frenético das transformações do final do século passado. A importância dedicada às imagens e aos signos de consumo, o grande contingente informacional, o processo de interconexão global e a instabilidade do mundo do trabalho trouxeram consigo novas formas de comportamento e de agir, confluindo principalmente para o investimento na esfera privada. Para Lipovetsky (2006), foi inaugurada uma nova fase no individualismo ocidental, que propiciou o mergulho em um sentimento de vazio e apatia nunca antes experimentado. De acordo com Lasch (1990), esta cultura de cunho narcisista reporta ao sujeito a uma ética sobrevivencialista, mediante as ameaças sofridas pelos perigos do mundo, que trazem consigo uma espécie de fechamento pessoal.

Conforme Lipovetsky (2006), essa subjetividade narcísica, caracterizada pelo hiperinvestimento pessoal no eu, se apresenta como consequência do processo de personalização iniciado pelo avanço da sociedade de consumo. Este processo de personalização corresponde tanto a um regime disciplinar, quanto à influência de uma sociedade flexível baseada na informação e no estímulo ao desejo, capaz de congrega fatores humanos, valores hedonistas, liberação pessoal, diversidade e visões diversificadas sobre os acontecimentos. Em sua visão, trata-se da ruína das imposições autoritárias e uniformes, do enquadramento geral aos regulamentos fixos, da lei homogênea e universal representada pela “vontade geral”, em contraste com a promoção das preferências e expressões singulares, através dos valores que pontuam o desenvolvimento da personalidade íntima, da legitimação do prazer e da realização pessoal.

No entanto, essas promessas de personalização e realização, propagadas principalmente pela mídia, alimentam desejos falaciosos em cima de realizações que nunca

acontecerão, deixando o sujeito ainda mais decepcionado e ávido por buscá-las. Esta circunstância anuncia a transição do individualismo “limitado” para o individualismo “total” e, por fim, parece coroar o movimento de supervalorização da esfera privada em detrimento aos valores coletivos e de classe, partindo da fragmentação imposta ao sujeito. “Desde a entrada das nossas sociedades na era do consumo de massa, predominam os valores individualistas do prazer e da felicidade, da satisfação íntima, não mais a entrega da pessoa a uma causa, a uma virtude austera, a renúncia de si mesmo”. (LIPOVETSKY, 2004, p.23)

A união entre personalização e individualismo, responsável pela identificação da subjetividade contemporânea como narcísica, diz respeito aos desejos individualistas que sobrepõe os interesses de classe, assim como a privatização e o hedonismo mediante as ações e promoções coletivas. Mas como vimos em Bauman (2004), o amor por si é fomentado através do amor nutrido pelo outro, desta maneira, quando o investimento na alteridade se exaure, o amor próprio também fica comprometido. Além do mais, o retraimento para a esfera íntima não garante realização como aparenta, uma vez que ao aderir aos códigos de consumo, o próprio desejo do indivíduo sofre um desvio, sem contar a condição permanente de frustração perante a inovação constante dos bens de consumo.

Se a subjetividade contemporânea pode ser relacionada a uma crescente tendência narcísica, de acordo com as características da sociedade atual, faz-se necessário uma discussão mais precisa sobre este termo, que se tornou conhecido de acordo com o trabalho psicanalítico desenvolvido por Freud, depois revisitado por seus estudiosos contemporâneos.

1.2 Narcisismo e Psicanálise

1.2.1 Narcisismo em Freud

Na obra de Freud, o termo narcisismo aparece em alguns momentos, antes de ser mais intensamente aprofundado em seu trabalho mais completo a esse respeito: “Sobre o narcisismo: uma introdução”, de 1914. Antes disso, de acordo com Nascimento (2011), esse conceito apareceu em uma nota na segunda edição dos “Três Ensaio sobre a teoria da sexualidade” (1910), em que o autor falava sobre a introdução de novos elementos que possibilitaram repensar a escolha objetal. Assim como no estudo intitulado de “Leonardo Da Vinci e uma lembrança de sua infância”, em que Freud se ocupou em pensar a homossexualidade como um determinado tipo de escolha narcísica do objeto. Algo

relacionado ao narcisismo também esteve presente em um dos seus casos mais famosos, o caso Schreber (1911-1913), onde foram analisadas as formas de funcionamento envolvidas na formação de sintomas paranoicos. Por fim, em *Totem e Tabu* (1913), a noção de narcisismo foi usada para pensar a respeito da onipotência do pensamento.

Finalmente, em 1914, com o texto “Sobre o narcisismo: uma introdução”, esse termo foi analisado por Freud sob diferentes aspectos. Nesta obra, o narcisismo figura como um conceito estruturante, com importante participação no desenvolvimento psíquico humano, além de seu lado relacionado às patologias, também acuradamente explorado. Logo nas primeiras linhas de seu texto, Freud (1990) relaciona a primeira ideia a respeito do narcisismo a Paul Nacke, que, em 1899, empregou este termo para designar uma pessoa que trata seu próprio corpo da mesma forma com que trata um objeto sexual – o contempla, o afaga, o acaricia até conquistar a satisfação completa. Mas logo depois, em 1920, Freud afirmou que se enganara e o termo narcisismo devia ser atribuído a Havelock Ellis. Mas o próprio Ellis retificou a alteração de Freud e argumentou que a autoria deveria ser dividida entre ele e Nacke⁹.

As elaborações contidas em “Sobre o narcisismo: uma introdução” indicam caminhos para a compreensão do narcisismo como um estágio imprescindível para o desenvolvimento libidinal do indivíduo, também relacionado a um movimento necessário de unificação do sujeito em torno de representações identificatórias (como uma imagem formulada de si). Mas, para além disso, também abre precedentes para conceituar características de personalidade (mais presente nas mulheres, sobretudo as bonitas) ou como uma forma de adoecimento. Para Nascimento (2011), o conceito de narcisismo, tal como foi elaborado por Freud neste trabalho, significou uma grande transformação no seio da Psicanálise, mas também trouxe uma revolução para a clínica psiquiátrica da época, mais relacionada ao campo das perversões.

A atenção destinada por Freud sobre a problemática do narcisismo surgiu, conforme Freite Costa (1988), da preocupação em responder algumas provocações advindas de seus ex-discípulos, Adler e Jung, que questionavam as atenções voltadas apenas para as questões sexuais, o que fazia com que o Ego, enquanto potencial fonte de “traumatismo psíquico”, ficasse ofuscado. Então Freud recuou e tratou com acuidade deste ponto nevrálgico. Assim, o conceito de narcisismo em sua obra se direciona tanto para as perturbações psíquicas, quanto para o narcisismo como um complemento libidinal do egoísmo do instinto de

⁹ Notas do editor Inglês.

autopreservação, atribuído praticamente a todos os sujeitos. Seria então um narcisismo primário, resultante de pulsões autoeróticas adicionado a alguma ação psíquica, a fim de desenvolver o ego. Pois, de acordo com Freud (1990), uma unidade como o ego não poderia existir desde o começo no indivíduo, o que existe anteriormente são as pulsões autoeróticas, que necessitam de algo a fim de provocar o estágio narcísico.

Mas essa concepção sobre um narcisismo primário foi mais bem analisada de acordo com a teoria da libido, pois alguns pacientes, denominados por Freud de parafrênicos, exibiam um comportamento com características de megalomania e desvio de interesse do mundo externo (tanto em relação às pessoas, quanto às coisas), tornando-se inacessíveis à psicanálise. Diferentemente de um paciente que sofria de histeria ou neurose obsessiva, um parafrênico parecia realmente ter retirado a sua libido do mundo, sem trocá-la por fantasias. Assim, o que aconteceria a esta libido afastadas dos objetos externos? Freud tem a resposta:

(...) A libido afastada do mundo externo é dirigida para o Ego e assim dá margem a uma atitude que pode ser denominada de narcisismo. Mas a própria megalomania não constitui uma criação nova; pelo contrário, é, como sabemos, ampliação e manifestação mais clara de uma condição que já existia previamente. Isso nos leva a considerar o narcisismo que surge através da indução de catexias objetais como sendo secundário, superposto a um narcisismo primário que é obscurecido por diversas influências diferentes. (FREUD, 1990, p.82)

Um fator complementar à teoria da libido adveio da observação de Freud a respeito de conceitos sobre a vida mental das crianças e de povos primitivos. Principalmente neste segundo grupo, em que foram encontradas características de megalomania, que indicavam a superestima do poder de seus desejos e atos mentais, bem como a onipotência do pensamento e uma crença absoluta na força das palavras. Essas premissas grandiosas revelaram uma forma do sujeito lidar com o mundo externo.

Através destas constatações, Freud formulou a ideia de há uma catexia libidinal do ego que somente depois é repassada para os objetos. Ao tempo que também se ocupou em distinguir a libido do ego de uma libido objetal, as duas se posicionam em lados opostos, quanto mais uma se enche, mais a outra se esvazia. Ou seja, tal qual uma gangorra, quanto maior o investimento em objetos externos, menor o investimento no próprio eu. Nesse caso, o mais alto grau da libido objetal pode ser associado a um estado agudo de enamoramento, quando o sujeito começa a desistir de sua personalidade em prol de uma catexia objetal.

Freud também se preocupou em explicar o narcisismo por meio de parafrenias¹⁰, sendo a doença orgânica e a hipocondria uma destas. Em relação à doença orgânica, enquanto padece do sofrimento físico, o sujeito torna-se incapaz de amar. “Uma pessoa atormentada por dor e mal-estar orgânico deixa de se interessar pelas coisas do mundo externo, na medida que não diz respeito aos seu sofrimento (...) ela também retira o interesse libidinal de seus objetos amorosos” (FREUD, 1990, p.89) Os sentimentos de quem ama são afastados pelo estado de convalescência, sendo substituídos por uma completa indiferença. Situação semelhante pode ser proporcionada pela condição do sono, porque nesta circunstância pode haver uma retirada narcisista da libido para o eu do indivíduo. O desejo constante de dormir pode revelar quadros de afastamento da libido e modificações do ego.

Já o hipocondríaco, considerado egoísta a ponto de demonizar o seu próprio adoecimento, também retira libido e interesse do mundo externo e seus objetos, concentrando-a nos órgãos que prendem sua atenção. A diferença, constatada por Freud, entre as manifestações narcisistas na doença orgânica e na hipocondria está contida no fato de que na primeira as sensações aflitivas se baseiam em mudanças demonstráveis, o que não ocorre na segunda. Segundo este autor, a relação da hipocondria com o narcisismo se liga a um forte egoísmo que teme o adoecimento, mas “num último recurso, devemos começar a amar a fim de não adoecermos, e estamos destinados a cair doentes se, em consequência da frustração, formos incapazes de amar”. (FREUD, 1990, p.92)

As retiradas libidinais dos objetos na hipocondria, como um caso parafrênico, pode ser analisada em três grupos distintos, de acordo com um quadro clínico:

(1)os que apresentam o que resta de um estado normal de neurose (fenômenos residuais); (2) os que representam o processo mórbido (afastamento da libido dos seus objetos e, além disso, megalomania, hipocondria, perturbações afetivas e todo tipo de regressão); (3) os que representam a restauração, nos quais a libido é mais uma vez ligada a objetos, como uma histeria (na demência precoce ou na pafafrenia propriamente dita), ou como numa neurose obsessiva (na paranoia). (FREUD, 1990, p.93)

O terceiro ponto para analisar o narcisismo nesta obra se relaciona à sexualidade. As primeiras satisfações sexuais autoeróticas, como apontou Freud, são experimentadas rumo às funções vitais que servem para a autopreservação. Inicialmente ligados aos instintos do ego, posteriormente, os instintos sexuais são destinados a quem fornece cuidados e zela pelo sujeito, predizendo um tipo de escolha objetal denominado como anaclítico ou de ligação.

¹⁰ Termo que Freud utiliza em alguns textos para tratar da esquizofrenia.

Mas, no entanto, eis aqui uma preciosa descoberta freudiana, algumas pessoas, vitimadas por certas perturbações libidinais, ao invés de adotarem a genitora (ou quem quer que lhe conceda atenção) como objeto amoroso, adotam os seus próprios eus. “Procuram inequivocamente a *si mesmas* como um objeto amoroso, e exibem um tipo de escolha objetal que deve ser denominado ‘narcisista’”. (FREUD, 1990, p.94). De acordo com Freud, os indivíduos possuem os dois tipos de escolha, anaclítica ou narcisista, assim como possuem dois objetos sexuais, ele mesmo e a mulher que o cuida. Com essa constatação, Freud postulou o narcisismo como uma instância inerente a todos os seres-humanos, no entanto, podendo, em alguns casos, permanecer enquanto escolha objetal.

Mediante o desenvolvimento da escolha objetal narcisista, Freud (1990) propôs algumas diferenciações entre os sexos masculino e feminino. Inicialmente, o amor objetal completo seria característica do sexo masculino, pois ao superar o narcisismo primário, logo o menino transfere a libido para o objeto sexual escolhido. Já com as mulheres, principalmente as belas, ao passarem pela puberdade acabariam desenvolvendo certo autocentramento libidinal, em decorrência das condições sociais que lhes são impostas. Acontece que, na visão de Freud, elas começam a se amar em intensidade comparável ao amor que os homens nutrem por elas, suas necessidades não se encontram na necessidade de amar, mas de se sentirem amadas. Além disso, quanto mais autocentrada, mais atraente a mulher se torna frente ao olhar masculino, sendo este fato de grande valia para a vida erótica da humanidade.

Para Freud (1990), em relação à escolha objetal, o narcisista ama o que ele próprio é, o que já foi, o que gostaria de ser e alguém que foi parte de si, já em conformidade com o tipo anaclítico, o amor se direciona para a mulher que o alimenta ou o homem que o protege (ou os substitutos que chegam a ocupar uma destas posições). Mas com a chegada dos filhos, Freud pontuou que alguns pais acabam revivendo o seu próprio narcisismo, agregando toda a perfeição ao rebento. Além disso, também sentem-se impelidos a ofuscar, em prol da criança, todo o funcionamento dos alcances culturais que seu narcisismo foi obrigado a respeitar. Assim, projetam em “Sua Majestade – o bebê” todos os sonhos e projetos que não puderam concretizar. “O amor dos pais, tão comovedor e no fundo tão infantil, nada mais é senão o narcisismo dos pais renascido, o qual, transformado em amor objetal, inequivocamente revela sua natureza interior.” (FREUD, 1990, p.98).

O narcisismo primário, enquanto estágio de autoerotismo adicionado ao amor objetal, resulta na unificação do sujeito. Neste caso, em um indivíduo saudável, as características psíquicas deste estágio inicial teriam sido apagadas, no entanto, assim, o que teria acontecido

à libido do ego? Bom, conforme Freud (1990), os instintos libidinais sofrem as coerções dos padrões normatizantes empregados pela cultura, assim, a repressão vem do próprio Ego, do seu amor-próprio. Momento em que este autor aproveitou para inserir a questão da formação dos ideais, o ego ideal pode ser identificado como alvo do seu próprio amor, tal qual o ego infantil, que se acha possuidor de toda a perfeição. Isso acontece na fase adulta porque o sujeito não está disposto a renunciar a esta perfeição primária, quando ao crescer se vê confrontado pelos seus outros, então pretende recupera-la através de idealizações, alimentando um sentimento de onipotência e completude.

O processo de idealização ocorre mediante um quadro de engrandecimento ou exaltação na mente do indivíduo, tanto em relação ao objeto, quanto em relação ao seu próprio Ego. Diferentemente do conceito de sublimação, que diz respeito à libido objetal e versa sobre o caso do instinto se dirigir a uma finalidade diferente da sexual. Embora quando se trate da formação do ideal de Ego, muitas vezes exista certa confusão com sublimação de instinto, no entanto, não seria este o caso. Pois a formação deste ideal aumenta as exigências em torno do Ego, compondo relevante fator em favor da repressão, são pais, professores que compõe um modelo ideal a ser copiado e que podem provocar uma agente especial que atua como um guarda, estabelecendo uma espécie de censura.¹¹ Freud (1990) não duvida da existência desse agente especial, “que vigia, que descobre e que critica todas as nossas intenções (...) Na realidade, existe em cada um de nós em nossa vida normal”. (p.102)

Ainda em Freud compreendemos o porquê da comum associação entre autoestima fortalecida e uma personalidade egóica ou narcisista. Essa livre associação, encontrada, sobretudo, nos comentários do senso comum e conversas do dia-dia, tem fundo psicanalítico e foi pensada por Freud, quando este salientou que todo o resquício do sentimento infantil de onipotência ajuda a fortalecer a autoestima, relacionada ao narcisismo (embora mais na frente vejamos algumas contradições neste aspecto). Mas nas relações amorosas, por exemplo, o fato de não ser amado reduz a autoestima, ao tempo em que a sensação de ser amado aumenta. Assim como a própria autoestima não mantém correspondência direta com a catexia objetal, uma vez que a dependência de um objeto amoroso subjuga o sujeito aos seus desmandos, impelindo-o a deixar de lado o seu narcisismo, substituído pelo amor ao objeto. “Uma parte da autoestima é primária – o resíduo do narcisismo infantil; outra parte decorre da onipotência que é corroborada pela experiência (a realização do Ideal do Ego), enquanto uma terceira parte provém da libido-objetal”. (FREUD, 1990, p.106)

¹¹ Mais tarde, na obra de Freud, a ideia sobre ideal de ego foi amadurecida para a formulação do “superego”.

O estar apaixonado se relaciona a uma fruição da libido do ego rumo ao objeto, podendo, inclusive, remover as repressões, mas também podendo redundar em idealizações, de acordo com as condições infantis que o amor exige, desta forma, “qualquer coisa que satisfaça essa condição é idealizada”. (FREUD, 1990, p. 107). Na condição da escolha objetal narcisista, o sujeito regredirá, amando o que foi em outro momento ou o que possui excelências que ele não tem. Como sujeito da falta, o que está ausente ao ego para torná-lo ideal passa a ser amado. Essa circunstância anuncia a tão apregoada “cura pelo amor”, uma vez que os doentes de empobrecimento de ego podiam simplesmente direcionar uma escolha narcisista, elegendo um ideal sexual possuidor de atributos que ele não pode atingir. No entanto, essa circunstância poderia abrir brechas para uma possível dependência, denominada por Freud como “mutiladora”, exatamente pela necessidade exagerada do outro.

1.2.2 Outras interpretações sobre o Narcisismo freudiano: autores contemporâneos

Muito embora, de acordo com Lazzarini (2006), o narcisismo não tenha sido elaborado por Freud como uma teoria, seus estudos possibilitaram uma compreensão avançada sobre o psiquismo. Este texto também foi responsável por introduzir os conceitos acerca dos ideais (eu ideal e ideal do eu), além das distinções entre libido do ego e libido objetal e os esclarecimentos a respeito das relações entre estes. Pois antes de “Sobre o narcisismo: uma introdução” (1914 - 1990), Freud não encontrava uma maneira adequada para falar sobre o objeto, ora subestimado pela perversão, ora superestimado pelo enamoramento. No texto freudiano, o narcisismo, denominado como primário, apontou para um estágio de desenvolvimento da libido entre o autoerotismo e amor objetal, responsável pela unificação do eu.

Com o trabalho de Freud (1990), ao invés de ser considerado apenas através dos interesses de conservação dos indivíduos, o ego passou a ser pensado libidinalmente, envolto por uma carga de erotismo. Foi por meio do conceito de narcisismo que o ego passou a ser compreendido como um objeto dotado de investimento de libidinal, que somente depois teria direcionamento para objetos externos. Situação ilustrada por Freud (1990) com o exemplo de um protozoário e seus pseudópodos, em que tudo que lhe é externo parece uma extensão de si. Segundo Lazzarini (2006), o conceito de narcisismo introduziu na teoria freudiana a sexualidade do eu, distinta da libido do objeto (objetal), a libido do eu foi denominada de narcísica.

Antes das elaborações freudianas, as pulsões autoeróticas eram encaradas como desordenadas, guiadas apenas pelo impulso, mas de acordo com Freire Costa (1988), a associação entre narcisismo primário e a constituição do eu mudou o quadro, pois nesse caso a libido passou a ser denominada como uma argamassa essencial para as representações constitutivas da estrutura egóica. Pensamento semelhante ao de Mezan (1985), que considera o narcisismo como responsável por unificar em torno do eu as pulsões antes desordenadas. Segundo esse autor, a ação psíquica exigida para este expediente desagua na ruptura essencial entre mãe e bebê¹². Assim, contemplamos o papel crucial que o objeto desempenha no surgimento e coesão do eu, já que é através dos cuidados do adulto, investidos libidinalmente na criança, que o narcisismo e, por conseguinte, a constituição do eu são possibilitados.

Nesse sentido, as atenções e cuidados dos adultos com as crianças possibilitam uma espécie de “completude aconflitiva” (FREIRE COSTA, 1988, p. 156). Pois através do olhar narcísico dos pais, a plenitude libidinal pode ser associada à “Sua majestade – o bebê”, que reina soberana, prontamente atendida a qualquer choro, situação em que os próprios pais retomam o narcisismo abandonado de acordo com os cerceamentos culturais e éticos a que foram impostos no processo de amadurecimento. Essa fase inicial de cuidados e zelos produz na criança um sentido de imortalidade, indestrutibilidade e onipotência. Ademais, o narcisismo infantil também pode ser indicado, como já vimos, para a totalização do sujeito como uma unidade imaginária, com a gênese do ego, de acordo com o direcionamento libidinal. “A teoria do narcisismo é indissociável desta visão do aparelho psíquico em instâncias e sistemas diversos de representações, através dos quais apreendemos ou reconhecemos a existência do sujeito psíquico.” (FREIRE COSTA, 1988, p.157)

Toda a perfeição destinada à criança pelos pais e o sentido de plenos poderes, característicos do narcisismo originário, devem ser superados para o desenvolvimento sadio do ego. A megalomania e onipotência primitivas (ou infantis) devem ser deixadas de lado em detrimento da aproximação dos ideais culturais (ideal do ego) e objetos, representantes do escoamento libidinal saudável. No entanto, de acordo com Freud (1990), a negação e privação a um prazer já experimentado tornam-se indesejáveis pelo sujeito, que não facilmente concede abrir mão da perfeição e completude que lhe eram proporcionados no estágio inicial. Embora as pressões externas, advindas das normas éticas, leis, valores culturais e do próprio confronto com a alteridade contribuam para esse distanciamento narcísico inicial. Ao tempo em que também corroboram para a sensação de dependência e desamparo do sujeito.

¹² Em Lacan denominado de Estádio do Espelho.

Conforme o sujeito vai sendo confrontado gradualmente com a percepção de seu desamparo, de sua posição de dependência perante o mundo externo, principalmente em relação ao objeto representado pela pessoa que o alimenta e protege; a sua ilusão de união bem-aventurada com o mundo e de perfeita fusão com a mãe é progressivamente dissolvida. Assim a libido será, de certa forma, coagida a distanciar-se do Eu e o narcisismo primário deverá ser, por assim dizer, metabolizado. A fixação na posição libidinal narcísica constitui-se em sinal de patologia presente ou futura. (NASCIMENTO, 2011, p.39-40)

De acordo com Freire Costa (1988), após a estruturação do ego na fase inicial, o investimento libidinal pode tomar três caminhos diferenciados e com funções específicas, sendo eles: o próprio ego, os ideais e os objetos. Se a escolha for pelo investimento no ego, o fluxo libidinal sofre uma espécie de interrupção, pois mesmo guiado pela busca ao prazer, a libido egóica funciona para evitar a dor e privação, como o estado inercial propalado por Freud. A busca por um nível de tensão quase neutro, só pode ser alcançado através do embarreiramento da dor e da procura por fortes gozos. Entretanto, quando primordialmente se objetiva evitar o sofrimento, a procura pela obtenção do prazer fica ofuscada. “O psiquismo pode inibir ou permitir a descarga pulsional em nome do mesmo princípio do prazer, como (...) Freud afirma (...) sobre o princípio da realidade. Eros tem uma duplicidade de objetivos e o ego narcísico encarrega-se de evitar a dor, o desprazer...” (FREIRE COSTA, 1988, p.158).

Mesmo depois do narcisismo, o ego continua defendendo a autopreservação, não biologicamente, mas em relação à totalidade da imagem egóica. Assim, qualquer perturbação que ameace sua integridade, estimula a autodefesa narcísica. No exemplo da clínica psicanalítica, alguns eventos traumáticos, sobretudo aqueles associados à dor e angustia, fazem com que o sujeito tente obsessivamente restaurar a unidade do ego. (FREIRE COSTA, 1988). Desta forma, o narcisismo parece funcionar como uma espécie de defesa ativada por uma situação delicada de estresse, sofrimento ou aflição, que pode ser proveniente de um investimento libidinal objetual mal correspondido ou mesmo por uma forte decepção com os ideais. O retraimento libidinal e o desinvestimento nos objetos ocorrem mediante sofrimentos acentuados, circunstância em que o sujeito, para se proteger, procura o fortalecimento do próprio eu. Esse mecanismo de “fuga” conforma um tipo de abrigo para o constante sentimento de desamparo e impotência mediante o mundo.

Em mal-estar da civilização (1996), Freud trata esse sentimento de impotência e desamparo como um dado estrutural não só do indivíduo, mas da cultura e civilização, na qual o sujeito é confrontado desde sempre pela caducidade do corpo, pela inexorável força da natureza e pela incerteza do relacionamento com seus pares. Assim, essa tríade atua como

agente distanciador do narcisismo infantil, mas que pode, em contrapartida, suscitar um movimento adverso. Pois em meio aos conflitos culturais e éticos, o sujeito pode acabar projetando seu ideal rumo à perfeição narcísica originária, em que ele mesmo era seu próprio ideal. Os ideais se estabelecem como herdeiros do narcisismo infantil, encarregados de representar o sujeito frente a outros sujeitos, ou outros eus ou outros ideais, como a forma metabolizada da libido inicial. Entretanto, o ideal de ego e ego ideal não são de todo semelhantes.

O ego ideal representa o outro especular do ego narcísico, dotado do sentimento de onipotência e soberania, que tenta, a todo custo, manter a imortalidade do ego e sua essência, apostando na integridade e perfeição do Eu, por isso não se reconhece como um sujeito da falta. Como a imagem idealizada dos traços constitutivos da forma egóica, o ego ideal “é a única maneira não conflitiva que o ego tem de lidar com a alteridade (...). O ego narcísico só aceita um “outro” que seja a reedição inflacionada de um traço de sua forma passada ou presente, isto é, um outro idêntico” (FREIRE COSTA, 1988, p.161). Este ideal encontra-se alicerçado na fantasia de onipotência, que revive a simbiose com a mãe. O mundo do sujeito se agiganta e amplia seus poderes, revelando uma forte tendência ao afastamento do mundo real e uma aproximação ilusória da megalomania. Neste caso, sua função pode conter um teor até certo ponto estruturante, mas sua permanência no psiquismo pode se apresentar como um sério problema de ordem narcísica.

Enquanto o ideal do ego se assume como sujeito da falta, dependente e sempre em busca de fortes gozos, representando um ideal já atravessado pelos valores culturais, éticos e civilizatórios, projetado em direção ao futuro e que existe mais como uma promessa. A influência de pais, professores, líderes de opinião e comunidade em geral age para que o sujeito fixe uma imagem ideal de si a ser alcançada, de acordo com a vigilância constante desempenhada por um censor, que pode ser identificado como ‘consciência’. Embora revele alguma ligação substitutiva com o narcisismo infantil, esta formação e projeção de ideais pressupõe o investimento objetual, e quanto mais a libido se projeta em ideais constituídos externamente, mais o narcisismo primitivo se retrai. Para Severiano (2006):

Essa formação intrapsíquica que Freud denomina de “Ideal do Eu”, e que o homem ‘fixa’ em si mesmo como algo próprio, representa um modelo ideal a ser atingido pelo eu adulto em suas realizações afetivas, sendo este permanentemente vigiado por uma instância especial de censura (consciência), a qual mede o eu real e o compara ao Ideal do Eu. De acordo com o resultado dessa avaliação, o eu do sujeito poderá ou não ser fortalecido, isso dependerá do grau de aproximação com este Ideal do Eu, ou

seja do grau de onipotência que é corroborada pela experiência. (SEVERIANO, 2006, p.128)

As diferenças entre eu ideal e ideal do eu ficam mais claras porque, de acordo com Lazarrini (2006), ambos, têm a função de sintetizar as representações responsáveis por tornar coesa ou totalizante a imagem do sujeito. Mas enquanto o primeiro fica mais restrito à imagem atual ou passada do sujeito, o segundo objetiva aquilo que o sujeito ainda não é, um sujeito que só existe em desejo e projeto, um vir a ser. O eu ideal representa o certo, o ideal do eu representa o provável. O ideal do eu implica “o desenvolvimento, crescimento e transformação do eu narcísico, implica também a renúncia ao adiamento do prazer imediato em função de um modelo ideal (...) O eu ideal consiste em uma saída que envolve uma renúncia do enfrentamento da realidade”. (SEVERIANO, 2006, p.136)

Segundo Freud, em “Psicologia das massas e análise do eu” (1996), as instâncias ideais se apresentam como essenciais para a constituição do eu. Nesta análise, os laços são responsáveis por unir indivíduos entre si, através da capacidade de refrear o amor narcísico, de acordo com as ligações libidinais entre os membros do grupo, assim como a sensação (ilusória) de ser igualmente amado por um líder. Esse processo de união ocorre baseado na identificação, conquanto expressão de laço emocional com outrem. Os laços identificatórios se localizam entre a libido altruísta e libido narcísico, e não importa tanto o tipo de identificação, todas ocorrem numa assimilação total ou parcial pelo eu.

No estudo sobre identificações psicanalíticas, Florence (*apud* Lazarrini, 2006) pontua que desde o texto sobre o narcisismo, Freud já antecipava uma reflexão sobre as multidões, pois a análise acerca dos ideais (ideal do eu e eu ideal) já indicava a ultrapassagem da identificação apenas com o seio familiar para uma identificação mais ampla com a sociedade. Assim, o processo identificatório atua para a constituição do eu através dos ideais e dos inúmeros vínculos instituídos, permitindo ao indivíduo o acesso à outra ordem que não somente a narcísica, mas a ordem da cultura, na qual não são apenas as relações parentais que definem a identidade, mas as relações com o grupo. (LAZZARINI, 2006)

Entretanto, o relacionamento com a exterioridade, através dos ideais, embora seja de importância fundamental para a constituição do eu e, por conseguinte, da formação de sua identidade, também não está livre de pressões e sofrimentos excessivos. Quando esse investimento exterior resulta em dor, a principal tendência é a do redirecionamento libidinal para o eu. Desta forma, ao passo que as relações mantidas com o mundo e alteridade são essenciais, também representam um perigo para o psiquismo. De acordo com Nascimento (2011):

Hornstein (2006), partindo dessa constatação, considera o sofrimento simultaneamente como uma necessidade e um risco para o desenvolvimento psíquico. Necessidade, porque ele obriga o psiquismo a admitir a diferença entre realidade e fantasia – principalmente no que diz respeito à alteridade do objeto, ou seja, o reconhecimento do objeto como é em si e inserido em uma realidade independente do eu – renunciando à fantasia narcisista de identidade entre o objeto fantasiado (histórico) e o objeto real (atual). Risco, devido ao tênue limiar que, uma vez ultrapassado por esse sofrimento, pode levar ao desinvestimento e à indiferença do eu em relação ao objeto e à realidade – o que faz parte dos objetivos próprios à pulsão de morte. (NASCIMENTO, 2011, p.42)

Segundo André Green (1988), conhecido pelo seu estudo acerca do narcisismo negativo (ou de morte), a identificação primária, dita como narcisista, representa o eu adjunto ao objeto mais como uma emanção dele mesmo do que como um ser diferente, reconhecido na sua alteridade. Mas quando esse modo de identificação é superado, quando o eu se distingue do não-eu e assume a existência em separado do objeto, esta forma de funcionamento deixa o sujeito vulnerável a inúmeras decepções, “a tal ponto que o eu nunca pode contar com o objeto para reencontrar esta unidade-identidade que lhe garante encontrar seu centro¹³ por ocasião de uma experiência de satisfação sempre insaciada.” (1988, p.24). A incessante procura por esse objeto que garanta a satisfação completa e a restituição da unidade perdida, revive o sofrimento inicial da ruptura entre mãe e filho, assim, a abertura para o investimento objetal também é revestida de decepção. Antes de ir mais fundo no pensamento deste autor, vale a pena compreender sua visão sobre o narcisismo.

Para Green (1988), o narcisismo representa uma espécie de parêntese no pensamento freudiano, pois antes dele eram as pulsões de autoconservação indicadas para explicar a força destronável emanada pela questão da sexualidade, só depois da sua elaboração, as pulsões de morte foram indicadas para este “cargos”. No intervalo entre a primeira e última teoria das pulsões, o narcisismo resultou em um conceito acerca da libidinização das pulsões do eu, destinadas até então à autoconservação. Foi muito significativa, de acordo com este autor (1988), a transposição da sexualidade para o seio do Eu, através da constatação de Freud de que as perturbações fundamentais ocorriam por meio do retraimento da libido, redirecionada para o eu de acordo com os medos e incertezas que rondavam o investimento libidinal em objetos. No entanto, alguns anos depois de publicada estas constatações em “Sobre o

¹³ De acordo com Green (1988), o sujeito é descentrado pelo desejo, que é externo, fazendo-o viver a experiência da falta, uma vez que o desejo não se centra mais nele, mas fora. Essa ausência permite que ele alimente uma fantasia do reencontro a fim de reconstruir seu centro. O desejo induz a consciência de separação espacial e do descompasso temporal com o objeto.

narcisismo: uma introdução”, Freud voltou atrás, postulando que este seu trabalho conduzia para uma ideia monista da libido.

Na última teoria das pulsões, Freud propôs uma divisão entre pulsões de vida e pulsões de morte. Ao invés das pulsões sexuais, as pulsões de vida ficaram encarregadas de representar o reagrupamento entre pulsões de autoconservação, pulsões sexuais, libido objetal e o narcisismo, pois somente todos estes elementos reunidos poderiam fazer frente aos efeitos devastadores das pulsões de morte. Até mesmo o amor, como sentimento natural, aparece contrariado por todos os lados e tendo que se defender desse adversário sombrio e funesto, além das próprias pulsões de vida também não estarem livres de ameaças, inclusive internas, uma vez que seus componentes por vezes corroboram com as potências de morte. Segundo Green (1988), na teoria freudiana o narcisismo perde cada vez mais espaço para as pulsões destrutivas, um exemplo disso seria a redução das neuroses narcisistas unicamente à melancolia e às psicoses maníaco-depressivas. Para esse autor, a união entre narcisismo e pulsão de morte pode ser denominada de narcisismo negativo. (GREEN, 1988).

O narcisismo negativo pensado por Green (1988) traz uma ideia importante sobre o objeto enquanto trauma. Na sua visão, a busca incessante pelo objeto substituto para a completude infantil apresenta-se como fonte de desequilíbrio, ou seja, de trauma. Porque se o eu aspira à unificação interna e, por conseguinte, a união com o objeto, significa que o eu perde sua organização. Ao tempo em que também se desorganiza por não tolerar a separação com o objeto.

O objeto-trauma (para o narcisismo) leva-nos então a considerar o eu não somente como um sítio dos efeitos do trauma, mas também como o das reações contra esta dependência em relação ao objeto, reações que constituem uma parte importante das defesas do Eu, não contra a angústia, mas contra os objetos cujas variações independentes suscitam a angústia. (GREEN, 1988, p.157)

O objeto representa uma ameaça para o eu, porque sua existência por si só já força uma modificação no estatuto do primeiro. Pois se o objeto é interno, ele procura penetrar no eu desde o interior, mas se for externo à montagem pulsional, o eu vai ter que sair em busca deste. Uma das maiores fontes de dor está contida no fato do objeto não ser nem estável e nem dependente, tendo seus próprios desejos e transformações, obrigando o eu a adaptar-se. Muitas vezes não há a reciprocidade ou a sincronia almejada, porque não há como controlar o objeto para o total benefício do Eu. Além disso, acrescentam-se os problemas quantitativos, em que o objeto se posiciona muito perto ou muito distante, sem uma dosagem adequada.

“Torna-se então compreensível que o objeto seja ao mesmo tempo desejável e indesejável – amável e odiável – e que o polo narcisista prefira sê-lo a tê-lo”. (GREEN, 1988, p.161)

O confronto com a alteridade e com o objeto instável e independente corresponde a um tipo de ferida narcisista, responsável por barrar o sentido de plenos poderes e megalomania do indivíduo. No entanto, exatamente em decorrência da dependência do objeto e mediante o embate com as diferenças do mundo, pode haver uma vingança ao narcisismo nocauteado, em que os investimentos objetais são redirecionados para o Eu, representando uma fuga narcisista, em que o eu vai se refugiar nas fantasias de onipotência que o permitem idealizar a independência dos objetos que o ferem.

No entanto, para Green (1988) esse refluxo narcisista não passa de uma ilusão, pois embora o eu se torne um pouco mais independente, fica mais vulnerável. Pois quando ocorre alguma frustração com o ideal de eu (enquanto objeto), o eu ideal tem seu equilíbrio abalado, suscitando o sentimento de falência do eu mediante as exigências do ideal de eu ou seu despedaçamento. (GREEN, 1988). A ausência do investimento objetal também não impede a ocorrência de traumas e, ainda traz consigo o sentimento de vazio. A independência forjada para o eu em relação ao objeto é aparentemente preciosa, mas precária, pois não há como o eu substituir totalmente o objeto. Tão logo passe o tempo, as limitações ficam evidentes, sendo necessário que o investimento do eu seja preenchido com algo que possa se aproximar da relação estabelecida com o objeto primário.

Segundo Green (1988), a satisfação pulsional estimulada através do objeto (inicialmente pela mãe), além de tornar as pulsões toleráveis ao Eu, também adiciona a sensação de sentir-se amado, que se constitui em um narcisismo positivo (ou de vida), que, por seu expediente, possibilita a crença saudável no amor objetal. Essa circunstância de satisfação denominada por Freud de *ação específica* (1988, p.163), quando permanece boa, ajuda o eu a constituir um sistema que lhe é próprio e ajuda a manter uma rede de investimentos constante que permite certa estabilidade. “O objeto externo desempenhou o papel de *espelho*, de *continente*, de *Eu auxiliar*. Neste caso, o eu só terá que tentar se defender do caráter intempestivo demais de certas exigências pulsionais.” (p.163).

Mas quando o objeto deixa de cumprir a função de espelho, de continente ou auxiliar do Eu, ao invés de permanecer positiva, a *ação específica* torna-se má e conflituosa. O eu não precisa mais se defender apenas das pulsões exageradas e seus derivados, mas contra o próprio objeto. No meio desse duplo combate, sem saber qual dos dois combater primeiro, pulsões ou objeto, o sujeito estimula as pulsões destrutivas. Para Green (1988) seria o caso da

transição do objeto-trauma para um objeto-louco, enlouquecido e enlouquecedor, contra o qual será investida uma neutralização pelas pulsões de morte. O narcisismo que era positivo passa, então, a ser negativo, com pulsões destrutivas atacando tanto objetos interno e externo, quanto o próprio Eu, como uma espécie de anulação mútua.

Green (1988) concebe o narcisismo de morte através de uma função desobjetalizante, de acordo com o desligamento total do objeto, que aponta para uma tendência ao nível zero de excitação, isto é, de vida. É uma procura pelo nada, um mergulho no vazio, que se aproxima da morte psíquica. Com o narcisismo destrutivo, o desejo tende a ser apagado porque ele é responsável pela inquietude do sujeito descentrado, que necessita buscar externamente sua satisfação. Neste caso, o narcisismo de morte oferece uma solução que permite evitar que o descentramento obrigue a investir o objeto detentor das condições de acesso ao centro, assim, o eu adquire certa independência, pois transfere o desejo do Outro para si.

O centro, como objetivo de plenitude, tornou-se centro vazio, ausência de centro. A procura de satisfação prossegue então fora de qualquer satisfação (...) como se tivesse encontrado seu bem no abandono de toda busca de satisfação. É aqui que a morte adquire uma figura de Ser absoluto. A vida torna-se equivalente à morte, pois é o alívio de todo o desejo. Será que a morte psíquica camuflaria o desejo de morte com respeito ao objeto? Seria um erro acreditar nisto, pois o objeto já foi morto na aurora deste processo que deve ser atribuído ao narcisismo de morte. (GREEN, 1988, p.26)

Assim, fica claro que a completude narcisista não beira uma saída saudável, não é um signo de saúde, pois ela prenuncia o fim, a morte. O sujeito não pode existir sem o objeto, não pode sequer se conhecer. Nos casos em que a negação do desejo governa o indivíduo, não é a sensação de desprazer que substitui o prazer, mas o neutro, o sentimento anulado, esvaziado. De acordo com Green (1988), se trata de uma anorexia de viver, em que ao invés de uma morte violenta, ocorre uma morte por inanição (de desejo, excitação). Mediante circunstâncias aflitivas, dolorosas e desnorteadoras, conforme o descentramento pelo desejo e os reveses impostos pela cultura, o sujeito pode desinvestir não só dos objetos, mas de si mesmo. Em tal situação, a busca pela satisfação é norteada para um estado anterior ao desejo, um estágio de plena quietude, em que toda tensão é apagada e conseqüentemente todas as pulsões de vida também.

Por fim, o narcisismo de morte representa uma defesa psíquica de caráter patológico, guiada de acordo com as pulsões destrutivas, que destroem objeto e Eu. Enquanto o narcisismo de vida se relaciona as funções protetoras, como uma mãe que vela o sono do filho, possibilitando algumas manutenções relacionadas a libido, representação egóica e

autoestima, o equilíbrio entre as duas pulsões, juntamente com as realizações do ideal do eu e eu ideal são responsáveis pelo desenvolvimento saudável do psiquismo. Assim, o narcisismo pode tanto se aproximar das pulsões de vida, que impulsionam e inflam o sujeito de ânimos e desejos, quanto às pulsões de morte, que trazem apatia e estados catatônicos ou de agressividade e ódio. A fim de compreender o narcisismo contemporâneo, essa discussão acerca dos conceitos da psicanálise e do duplo funcionamento narcísico nos guia para as potencialidades deste termo, enquanto demarcador caracterizante da sociedade atual.

1.3 Narcisismo contemporâneo: consumo, mídia e violência

O narcisismo vem sendo considerado um fenômeno social e psíquico marcante da nossa época. Mas a ampla utilização desse termo para designar características da conformação subjetiva na contemporaneidade, suscita algumas dúvidas acerca da transposição de um termo psicanalítico para uma caracterização social. Sendo assim, como analisar a psicanálise a nível cultural? Mezan (1985), ao reconstruir os caminhos percorridos por Freud enquanto um pensador da cultura, aponta a imaginação criadora como um paralelo entre fantasias inconscientes e criação literária, além do sentido da repressão, que já antecipava a importância da relação com o social, de acordo com as coerções, principalmente as advindas da religião. Assim, desde a sintomatologia das neuroses até a origem da moral, o campo da psicanálise prescinde de uma concepção antropológica global. De acordo com Mezan (1985), a ultrapassagem de uma psicologia individual para o âmbito das relações sociais se dá com a elaboração de Totem e Tabu (1996).

Mas é em “Psicologias das massas e análise do eu” (1996) que Freud promulga a psicologia individual e psicologia social como essencialmente imbricadas, conforme a presença estruturante do outro na construção psíquica do sujeito. O outro atua desde o princípio como um modelo, um exemplo, um rival, primeiro estabelecido na relação edipiana do seio familiar, em seguida nas relações com a própria sociedade.

É verdade que a psicologia individual relaciona-se com o homem tomado individualmente e explora os caminhos pelos quais ele busca encontrar satisfação para seus impulsos instintuais; contudo, apenas raramente e sob certas condições excepcionais, a psicologia individual se acha em posição de desprezar as relações desse indivíduo com os outros. Algo mais está invariavelmente envolvido na vida mental do indivíduo, como um modelo, um objeto, um auxiliar, um oponente, de maneira que, desde o começo, a psicologia individual, nesse sentido ampliado mas inteiramente justificável

das palavras, é, ao mesmo tempo, também psicologia social. (FREUD, 1996, p.91)

Com essa passagem, Freud (1996) nos possibilita compreender a ligação do psiquismo com o social, de acordo com as relações estabelecidas com os outros e com a cultura, que, por sua vez, se posicionam como arrolamentos necessários para o ordenamento civilizatório. Assim, segundo essa relação, cada época produz perfis característicos, conforme as condições culturais ofertadas. Os atributos que marcam a conformação cultural na contemporaneidade, identificados sobretudo em relação as questões de consumo e midiaticização, impactaram na formação psíquica dos indivíduos. Assim, segundo Lazarinni (2006), algumas expressões como “novas características da subjetividade contemporânea”, “novas formas de sofrimento psíquico”, “nova forma de mal-estar contemporâneo” servem para designar a afinidade com o narcisismo. Essa constatação sobre a importância da relação com o outro para o sujeito (embora seja levada em consideração uma carga de predisposição individual) também nos permite pensar na devastação que sua ausência estruturante adiciona ao psiquismo, principalmente nos casos de desvio narcísico.

Antes de qualquer coisa, vale a pena esclarecer que na obra de Freud (1990), a preocupação com o narcisismo surge ligada ao desenvolvimento do ego, conquanto principal estrutura do psiquismo humano e, conseqüentemente, vinculada a algumas desordens e perturbações comportamentais. O narcisismo infantil ou primário pode ser relacionado como primeiro empreendimento rumo a uma representação egóica e ocorre em um estágio de autoerotismo, em que a libido se agruparia no ego. Esse investimento libidinal originário possui uma função protetora, além de fonte criadora de fantasias megalomaníacas, marcando uma etapa esperada do desenvolvimento psíquico humano. Além disso, seu desdobramento em narcisismo positivo ou de vida, de acordo com termo de Green (1988), atua como responsável pelas trocas libidinais de amor com o objeto, assim como contribui com as questões que tratam da autoestima e autoconceito do sujeito.

Na formação do ego, após sua estruturação primeira, o escoamento da libido para os ideais se configura como parte importante do processo de individualização, uma vez que fornece distanciamento da posição narcísica inicial. Os ideais, que expressam valores culturais, princípios éticos e normas sociais, são inicialmente propagados no seio familiar, sobretudo na relação com os pais, depois, mais amplamente, no convívio em sociedade. A formação de ideais, de acordo com Severiano (2006), se comporta como herdeira do narcisismo infantil à medida que representa um modelo ideal a ser atingido pelo ego adulto em suas realizações efetivas.

O processo de idealização ocorre em dois segmentos distintos e complementares, ideal de ego e ego ideal. Enquanto o ideal de ego reflete a importância alteritária para atingir o modelo ideal, pois se reconhece como sujeito da falta, sempre em busca de fortes gozos e dependente do desejo do objeto, o ego ideal almeja sua imortalidade e centralidade, de acordo com o fortalecimento do eu narcísico, para tanto, impetra uma soberania primária, ao tentar reviver a onipotência inicial como “Sua majestade – o bebê”, mediante confronto ou qualquer ameaça de desintegração. Embora intrapsíquico, esse processo tem como pano de fundo os aparatos culturais da sociedade, encarregados de disponibilizar modelos ideais a serem seguidos. Na contemporaneidade, esses ideais estão consubstanciados principalmente nos meios de comunicação e consumo, por isso a relevância em se atentar para os exemplos identificatórios fornecidos pela nossa cultura, que atualmente vive uma fase de intensa mercadorização.

Na atual fase capitalista, denominada por Jameson (1997) de capitalismo tardio¹⁴, o sistema de produção estaria marcado por uma fase multinacional. Esta nova fase teria surgido após a crise de superprodução dos anos 70, responsável por substanciais mudanças na produção capitalista, que ecoaram para a esfera econômica, política e, principalmente, cultural. Este processo de reestruturação econômica favoreceu a interconexão global, as trocas culturais entre nações, a intensificação dos padrões de consumo, a descartabilidade de mercadorias e o fortalecimento da busca por entretenimento e lazer.

A vida em sociedade, que confronta o sujeito com cultura e outros sujeitos, apresenta uma condição de impotência e desamparo estrutural. O ponto de Freud (1996) é o de que o sujeito encontra-se afrontado por uma tríplice vicissitude que foge do seu controle: a obsolescência do corpo, a potência da natureza e o relacionamento com a alteridade – três feridas impostas ao narcisismo. Entretanto, conforme essa relação conturbada com a civilização, o ego narcísico pode ser metabolizado pelo ideal de ego ou engradecido com o ego ideal. Porém, quando essa relação torna-se violenta, no sentido de uma ação traumática, capaz de desestruturar o psiquismo do sujeito, o mecanismo de autoproteção narcísico é acionado.

Assim, mediante a tendência social para situações de violência¹⁵, onde os efeitos do confronto com a civilização são maximizados e as sensações de angústia e fraqueza aumentam, as defesas narcísicas sobressaem, compondo o que Lasch (1983, 1990) denominou de cultura do narcisismo (depois retificada como cultura do sobrevivencialismo, já que é em

¹⁴ Expressão já utilizada por frankfurtianos.

¹⁵ Violência entendida como qualquer circunstância que cause dor ou incômodo em demasia.

nome da sobrevivência à desestruturação advinda da violência que o ego narcísico se fortalece).

Na atualidade, os sentimentos de responsabilidade e compromisso social, já tão fragilizado em países subdesenvolvidos, ficam ainda mais ocultos. A corrupção em todos os níveis (judiciário, legislativo e executivo), o controle econômico de grandes oligopólios, o favorecimento particularista de alguns grupos privilegiados, o avanço das desigualdades sociais, os altos índices de inflação, o aumento do desemprego e o recrudescimento da criminalidade contribuem para uma catastrófica sensação de desamparo. Parece não haver uma autoridade (em todos os setores) em que se possa confiar plenamente e nem mesmo uma entidade divina parece indicada para suprir esse cargo, vez que até mesmo os valores transcendentais foram, em partes, minados. A resignação com os desígnios superiores também parece não servir mais para conformar os sujeitos de suas condições.

Para exemplificar essa passagem, Severiano (2001) utiliza o texto de Freud (1996), “Psicologia das massas e análise do eu”, em que o autor afirma que somente através da identificação mútua entre os membros da massa e do controle da extensão narcísica do eu pode haver possibilidade de coesão social. A força capaz de manter a união foi denominada de Eros, exatamente porque somente através das ligações libidinais, o egoísmo e individualismo são contidos em favor do coletivo.

Esses laços libidinais se direcionam tanto em relação à figura de um “chefe”, que ama todos os membros da sociedade indistintamente, quanto reciprocamente entre os próprios membros, por meio de vínculos que permitem a identificação mútua. Mas na circunstância da perda do “chefe” (ainda que uma ideia abstrata e ilusória) fenece junto o elo social, e se estabelece, de acordo com Freud, um estado de “pânico”, que consiste no medo do perigo, na ameaça de desintegração do Eu, redundando em uma “angústia coletiva”, conforme o rompimento dos laços afetivos que garantiam a união social. Instaura-se, então, um clima de “salve-se quem puder” ou “cada um por si”, momento em que o retraimento defensivo para o ego narcísico rouba a cena.

Desta forma, compreendemos a ascensão do narcisismo como um sintoma social, pois de acordo com o sentimento de abandono estatal (político e militar) e religioso (ético e moral), resta ao sujeito se preocupar com sua própria sobrevivência mediante um mundo desregrado, uma vez que prevaricados os laços amorosos entre os membros da sociedade, rompe-se também a tranquilidade da convivência contida e respeitosa. Se os laços libidinais são os responsáveis por cercear o sentido narcísico de onipotência e megalomania do sujeito

para a formação da sociedade, a obstrução desses laços traz uma espécie de desintegração social e caos narcísico.

Nesta mesma perspectiva, Freire Costa (1984) cita um ensaio de ficção social elaborado por Freud, em que este parece antever a situação caótica resultante do declínio da autoridade e da crença transcendental. Para exemplificar seu raciocínio sobre essa circunstância de total descontrole, Freud utilizou a expressão do romance inglês “When it was dark”. Neste romance, a imortalidade de Jesus Cristo é rebatida através de fatos históricos fundamentados sobre a impossibilidade da ressurreição, assim, a consequência da morte de Cristo, enquanto divindade, apresenta um quadro social de total descontrole, proporcionado pelo aumento irrefreável da violência. “Os indivíduos sem Deus, nem lei, agiam exclusivamente pressionados pelo medo ou por motivos privados. O estado social “When it was dark”, era o pânico narcísico”. (1984, p.167).

Embora a sociedade contemporânea não tenha chegado a esse ponto de “pânico narcísico” (até mesmo porque se trata de um romance ficcional, com as dramatizações cabíveis), não quer dizer que não existam indicativos suficientes que apontem para uma cultura violenta, propiciadora do retraimento para a autoproteção narcísica. Podemos observar essa afirmação, principalmente por meio do sucateamento das instituições públicas e da aura de inconfiabilidade que paira sob a justiça e cumprimento das leis no nosso país, por exemplo, o que resulta em um clima de incerteza sobre o futuro.

Um dos efeitos mais alarmantes dessa circunstância de violência trata da supressão do ideal de ego, pois como representante do “vir a ser”, as ameaças de destruição sofridas pelo futuro desativam suas representações focadas na posterioridade, centralizando-se no presente, no imediatismo onipotente do ego narcísico, que nega a realidade. “Quando o futuro parece ameaçador e incerto, resta debruçar-se sobre o presente, que não paramos de proteger, arrumar, reciclar, permanentemente, em uma juventude sem fim.” (LIPOVETSKY, 2004, p.33).

Os atributos dessa cultura da violência são diversos e aparecem em vários segmentos da vida sociocultural, de acordo com o afrouxamento da relação com a autoridade e especialmente com a religião. Mas, para Severiano (2001), a figura do líder ou grande chefe não precisa ser necessariamente apagada, mas pode ser dissolvida e consubstanciada em tendências e desejos partilhados por expressiva quantidade de pessoas. Desta forma, os ideais de consumo podem perfeitamente assumir essa posição central, tanto que os shoppings centers já são denominados como verdadeiros “templos contemporâneos”. Entretanto, a união em

torno desse “líder” não traz um sentido de coletividade solidária e compromisso social, pois não garante o cerceamento do narcisismo, mas, ao invés disso, o intensifica, à medida que instaura uma competitividade desenfreada entre seus membros.

Contrariamente às instituições militares ou religiosas, exemplificadas por Freud, que, de algum modo, agregavam a ilusão de amor igualitário entre os indivíduos, indicando-lhes valores morais, condutas éticas a seguir, o consumo apesar de falsear, de acordo com as propagandas publicitárias, a realização das satisfações pessoais, não contribui para fortalecer os laços afetivos entre os sujeitos.

A ideologia do consumo, expressa na publicidade, não exige compromisso social, não há feitos a realizar, em comum, por seus membros, sua única exigência é a adesão. E é, justamente, essa adesão direta aos seus códigos e o investimento em desejos estritamente pessoais e imediatos, prescindindo assim de qualquer forma de interação humana, o que funda a natureza fragmentária e narcísica do consumo. Esse “líder” não aponta para nenhum projeto futuro, ou seja, para nenhum ideal a ser realizado fora do sujeito (“Ideal de Ego”), mas unicamente para soluções regressivas, de naturezas defensivas e orientadas basicamente pelos mecanismos de idealização, confundindo, assim, a realidade com as aspirações megalomaniacas do “Ego Ideal”. (SEVERIANO, 2001, p.183)

Desta forma, os ideais de consumo estimulam uma “falsa projeção”¹⁶ (SEVERIANO, 2001, p.86) dos desejos humanos em sempre novos bens de consumo, os quais passam a representar o maior atributo de felicidade e completude, como se estivessem aptos a tamponar o trauma inicial da separação e o confronto civilizatório com a Ananké. Desde a ascensão do modo de produção flexível (HARVEY, 2010), que permitiu um aumento vertiginoso no ritmo de produção, os serviços de propaganda e publicidade atuam como importantes veículos destinados a incrustar nos sujeitos a necessidade de consumir determinado produto, revestindo-o de artifícios simbólicos. De tal maneira que os bens materiais despontam mais interesse no suprimento de desejos do que propriamente na funcionalidade ofertada.

O objeto se desliga de sua materialidade e utilidade e passa a simbolizar a projeção de ideais. “Isto significa que o homem contemporâneo, na realidade, não sai de si na direção do objeto, mas está na realidade buscando reencontrar a si próprio através das miragens de ego ideal que a imagem do objeto encarna.” (SEVERIANO, 2001, p.21)

Embora seja apreendida uma espécie de exercício de livre escolha personalizada no consumo, para Baudrillard (1995), o consumidor não tem esse poder de escolher livremente o que irá desejar, uma vez que a lógica do consumo desenvolve, por meio dos signos

¹⁶ No sentido freudiano.

propagandísticos, uma forma de seduzir o consumidor a desejar programadamente, com o objetivo de perpetuar o rápido sistema de inovação e saturação exigido pelo capitalismo. Essa sedução alcança tal magnitude de eficácia que faz com o que o consumidor se anule, aderindo sem muita reflexão aos códigos de consumo impetrados por grandes empresas e indústrias de propaganda.

É legítimo, portanto, afirmar que a era do consumo, em virtude de constituir o remate histórico de todo o processo de produtividade acelerada sob o signo do capital, surge igualmente como a era da alienação radical. Generalizou-se a lógica da mercadoria, que regula hoje não só os processos de trabalho e os produtos materiais, mas a cultura inteira, a sexualidade, as relações humanas e os próprios fantasmas e pulsões individuais. Tudo foi reassumido por essa lógica, não apenas no sentido de que todas as funções, todas as necessidades se encontram objetivadas e manipuladas em termos de lucros, mas ainda no sentido mais profundo de que tudo é espetacularizado, que dizer, evocado, provocado, orquestrado em imagens, em signos, em modelos consumíveis (BAUDRILLARD, 1995, p. 205)

Baudrillard (1995) aposta em uma expansão das questões de consumo para todos os âmbitos da vida do sujeito, alastrada conforme a aura infantilizante e gratificante proporcionada através da publicidade. Nesta direção, a disponibilidade e solicitude propagandeadas ao consumidor revivem o clima emocional do bebê com seus genitores, ao vincular o ato de consumir a sensações reconfortantes e de sublime satisfação. De acordo com as artimanhas da publicidade, os objetos são acrescidos de uma dimensão emocional, calcada na ilusão de terem sido elaborados para servir e para suprir às necessidades e desejos dos sujeitos, quando, na verdade, foram fabricados para uma saturação planejada a fim de nutrir o rápido ritmo produtivo. “(...) Eles [objetos] não se estruturam em função de necessidades nem de uma organização mais racional do mundo, mas se sistematizam em função exclusiva de uma ordem de produção e integração ideológica.” (BAUDRILLARD, 1995, p.172).

A sociedade de consumo institui um conflito entre objeto e desejo, ao alienar o sujeito de seus próprios desejos, indicando-o sorrateiramente o que desejar, fazendo-o refém da lógica da mercadoria (BAUDRILLARD, 1995, p.205), que se posiciona diversamente à lógica do desejo e do inconsciente. Ao educar os consumidores de acordo com o código de mercado, a publicidade afasta a possibilidade de escolhas verdadeiramente livres, regidas, na maioria dos casos, conforme critérios de diferenciação, portanto socialmente. Assim, em consonância com o que afirma Adorno (1986), “o consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas seu objeto” (p.93).

A lógica da diferenciação tão central nas elaborações de Baudrillard (1995) é possibilitada em cima de duas vertentes opostas, mas complementares: a do excesso e da privação. Uma vez que “o sistema industrial, que supõe o crescimento das necessidades, supõe igualmente o perpétuo excedente das necessidades em relação à oferta dos bens” (p. 63). Ao tempo que os excessos abarcam objetos, informações, imagens, tecnologias e mensagens, em contrapartida, fornecem privação, à medida que nunca serão suficientemente satisfatórios, pois não são produzidos para tal finalidade¹⁷. De acordo com o processo de diferenciação, uma hierarquia (dividida em superior e inferior) de objetos-signos é elaborada e renovada constantemente, incluindo e excluindo participações, numa relação que não tem fim, assim como as comparações suscitadas.

Além de demonstrar, através da diferenciação social, o alcance ilimitado do consumo, Baudrillard (1995) também utilizou essa ideia para colocar em questionamento a denominação de “sociedade de abundância”, como comumente são nomeadas as sociedades mais avançadas economicamente. Em sua visão, não existe uma única sociedade que seja apenas de abundância ou de penúria, todas as sociedades possuem as duas facetas, tendo em vista que todas induzem diferenciação e a discriminação social, estruturalmente consolidadas na própria desigualdade na distribuição de riquezas e na hierarquização instaurada pelas questões de consumo. Para Adorno e Horkheimer (2006), o sentido político do excesso é a dominação e controle das massas, pois o crescimento industrial e o aumento na produtividade não trazem consigo nenhum princípio de equidade, pelo contrário, corroboram para elevar ainda mais as disparidades e a concentração de poder na mão de poucos – base para o processo de diferenciação.

Não importa qual seja o tamanho da riqueza de uma sociedade, do outro lado encontram-se quadros de miséria, resultante da desigualdade necessária para o bom funcionamento do sistema. Por mais que haja excesso de produção material, sempre haverá privação, miséria e dificuldade para o suprimento de necessidades primárias, juntamente com a dificuldade em satisfazer outras necessidades mais supérfluas, envoltas pelas propagandas que incitam mais desejos e, conseqüentemente, mais privações. O pensamento de Baudrillard (1995) nos permite uma transposição para o caso do Brasil que, embora não tenha altos níveis

¹⁷ Sem contar os sujeitos que realmente ficam a margem das ofertas, denominados de lixo ou refúgio humano, por não possuírem capital para o consumo nem do básico (BAUMAN, 2001). Os indivíduos, reduzidos ao poder de compra, quando não podem consumir, parece não ter sua existência sequer legalizada, e, de acordo com a volatilidade das mudanças sociais, causa aflição a possibilidade de um dia chegar a fazer parte dessa lista de excluídos.

de industrialização se comparado a países mais desenvolvidos, possui, assim como outras sociedades, a abundância lado a lado da escassez.

Nesse sentido Baudrillard (1995) denuncia “o mito igualitário”, que promulga a sociedade de consumo como uma sociedade do desequilíbrio que poderia ser reequilibrada, caso as prioridades fossem instituídas para o bem comum e não para interesses privados. Mas, em sua concepção, a organização do sistema industrial depende da fragmentação e do individualismo presentes no ato consumir, conclamado através da hierarquização dos bens de consumo e do regime de constante inovação. Quando todos têm acesso a um determinado bem, criam-se outros objetos para privilégio apenas de alguns. Pois “se a alternativa fosse acessível a todos, não haveria privilegiados. Como não é, o que está sendo oferecido como tentação irrecusável é o direito de excluir a maioria.” (KEHL, 2003, s.p)

Ainda por meio do processo de diferenciação, o consumo aliado à publicidade também promove uma “pauperização psicológica” (BAUDRILLARD, 1995, p.64), ao estimular necessidades sempre excedentes, que vão além do que o sujeito realmente pode adquirir. E não importa quantos bens possam ser comprados, sempre haverá o sentimento de que ainda falta algo, em consonância com a diferenciação perene entre objetos-signos dentro de uma cadeia infinita de combinações. Embora a publicidade vincule às mercadorias feições subjetivas relacionadas à felicidade, liberdade, beleza e realização pessoal, não supre satisfatoriamente nenhum desses quesitos, conduzindo o sujeito a uma insatisfação perene. As promessas de contentamento não foram feitas para serem cumpridas, mas idealizadas, assim nunca terão fim, perpetuando o sistema produtivo e a angustia de sempre estar aquém do ideal.

Apesar da felicidade e satisfação serem alardeadas como principais virtudes da sociedade de consumo, segundo Bauman (2007), são os desagradados e os descontentamentos que mantém o sistema em pleno vapor. Em sua visão, quanto mais frustração para os seus membros, mais prosperidade para o sistema de produção capitalista. Lipovetsky (2007) também se atenta para o caráter paradoxal do consumo na sociedade contemporânea, que recorre simultaneamente para os valores hedonistas e para o sofrimento de incompletude e decepção. Em outras palavras, o sistema produtivo se apoia na felicidade da superabundância de ofertas e na tristeza causada pelo descontentamento.

Para Severiano (2001), a lógica do mercado atua direcionada para o imaginário do sujeito, objetivando a sedução e a reorientação dos desejos para suas finalidades. Se o desejo constitui uma tensão interna rumo ao objeto externo, sua constituição prescinde do

relacionamento com a cultura e com o outro. Assim, a sociedade de consumo, ao promover padrões normatizantes pautados na felicidade e realização presentes no ato de consumir, favorece o hedonismo narcisista, gerando a “substituição de ideais coletivos, que se forjavam na relação como outro por ideais particularistas do consumo” (SEVERIANO, 2001, p.129). O consumo opera, nesse sentido, no estabelecimento (ou seria na obstrução?) de vínculos e na construção identitária.

Por essa razão, Bauman (2001, 2004, 2007, 2008) vincula os processos sociais contemporâneos a um estágio de liquidez, de acordo com a centralidade que a volubilidade mercadológica toma na vida em sociedade. Sua constatação pode ser contemplada sob o aspecto de uma “nova desordem mundial”, regida pela fluidez do capital global e pela desvalorização da ordem, como a própria expressão prontamente prenuncia. Nessa circunstância, crises de insegurança começam a se naturalizar, fazendo com que os sujeitos fiquem vulneráveis aos movimentos incontroláveis que decidem seu sustento, desejos, decepções e exclusões – em uma experiência mais radical e violenta. O medo generalizado, para Baudrillard (1995), é consequência da sociedade de consumo, que produz desestabilidade psíquica não somente em decorrência das questões de desemprego, mas também pela pressão exercida nos membros da sociedade, empurrando-o violentamente os objetos de consumo que garantem prestígio.

Mas vale ressaltar que a relação entre consumidor e objeto não deve ser resumida apenas em uma passividade deliberada e subserviente do indivíduo, tendo em vista a complexidade que envolve este processo de sedução permanente, no qual entram em jogo poderes econômicos, simbólicos e desejos primitivos organizados de diversas formas, mas sempre complementares. Para Severiano (2001), “os apelos solícitos perpetrados constantemente pela publicidade somente têm ressonância, ou seja, somente conseguem capturar o desejo do consumidor, porque falam a linguagem, mesmo que transfigurada de seus próprios desejos.” (p.135). Nesse processo de sedução e subordinação do desejo humano pelo consumo, as relações com os outros e até mesmo consigo acabam sendo prevaricadas, pois, assim como a imagem apaixonante refletida na água foi capaz de forjar ilusoriamente uma espécie de reencontro consigo, deixando Narciso completamente absorto, as imagens de satisfação e completude projetadas pelas mercadorias nas publicidades também hipnotizam e o afastam da realidade.

Dessa forma, o consumo na contemporaneidade pode ser entendido de acordo com um processo regressivo, autocentrado, que estimula o retraimento libidinal, a renúncia à realidade

e o esvaziamento de vínculos emocionais, através do encantamento por objetos artificialmente planejados com este objetivo, que remetem ilusoriamente a um sentido de onipotência primária e megalomaníaca. À medida que os desejos são intensificados rumo às mercadorias, a não-satisfação destas idealizações perpetuam uma busca incessante, na qual o sujeito se perde por nem mesmo saber o que procura, uma vez que foi alienado dos seus próprios desejos. De acordo com Freire Costa (1984), amparado em Richard Sennet¹⁸, nem sempre foi assim, o consumo, em sua origem não tinha essencialmente um caráter alienante, nem mirava um mero prazer imediato e fugaz, artificialmente produtor de insatisfação. Na sua concepção, inicialmente o consumo expressava uma autoexpressão, só depois, de acordo com as mudanças socioeconômicas, incorporou um viés narcísico.

Se anteriormente a publicidade chamava atenção para a mercadoria, exaltando suas vantagens, hoje ela cria um produto próprio: o consumidor insatisfeito, entediado e ansioso, promovendo não apenas produtos, mas estilos de vida, novas experiências e satisfação pessoal. Para Lasch (1990), essa relação entre publicidade e sujeito gera um círculo vicioso, pois ao tempo que o consumo se projeta como refúgio para os dissabores da solidão, fadiga, violência e insatisfação sexual; incita o surgimento de novos descontentamentos. A publicidade de consumo “joga sedutoramente com o mal-estar da civilização industrial. Seu trabalho é tedioso, sem sentido? Deixa-o com sentimentos de futilidade e fadiga? Sua vida é vazia? O consumo promete preencher o doloroso vazio.” (p.103).

Nesse panorama, a propaganda midiática assume basicamente duas funções, a de alavancar o consumo como substituinte do protesto e da rebelião e de emplaca-lo como remédio, que promete diminuir todas as infelicidades primárias do confronto civilizatório. Todavia, mesmo posicionado como uma alternativa para o confronto e como cura para os problemas, o consumo também se coloca como fonte de insegurança e trauma, sobretudo pelas questões de diferenciação. “Parece fora de moda perto dos seus vizinhos? Tem um carro inferior ao deles? Seus filhos têm tanta saúde quanto o deles? São tão populares? Saem-se tão bem na escola? A publicidade institucionaliza a inveja e suas ansiedades resultantes”. (LASCH, 1983, p.104).

Até mesmo o trabalho, antes mais relacionado ao modo de custear a vida, ligado a um dever moral, atualmente se concentra nos bens de consumo que podem ser adquiridos com o salário. Se no século XIX acompanhar a moda era permitido somente à elite, agora as massas também têm acesso à sazonalidade das tendências, diferenciadas apenas pelo culto às marcas.

¹⁸ SENNETT, Richard. O declínio do homem público: as tiranias da intimidade. São Paulo, Companhia das Letras. 1988.

A busca de satisfação não deve ser protelada, tudo deve ser experimentado “aqui e agora!”, o imediatismo avizinha-se da revolução sexual, conforme a emancipação feminina. Essas “novidades” modificaram a formação dos ideais, desequilibrando a potência da autoridade, sobretudo a patriarcal, no entanto, de acordo com Lasch (1983), outro poder paternalista se alastra: o da indústria da publicidade.

Assim, os indivíduos, sobretudo, moradores de grandes cidades, dificilmente escapam da pressão para consumir mais e mais, o que contribui com a rotatividade do sistema de produção capitalista, ao tempo em que alimenta o sofrimento e o sentimento de desamparo. No entanto, raramente o indivíduo percebe que o consumo enquanto remédio produz envenenamento. Os discursos publicitários inflamados de imperativos de felicidade e de aperfeiçoamento do rendimento (corporal, psicológico e sexual) fornecem promessas que não estão aptos a cumprir, elevando o processo de idealização do sujeito a níveis inalcançáveis. Se o indivíduo não pode agir como manda a padronização, ele sofre, ou de acordo com Freire Costa (1984):

(...) está doente e deve procurar tratamento. Ora, ninguém está à altura deste ideal, por um motivo muito simples: ele não é criado para ser alcançado e, portanto para saciar o prazer dos indivíduos, mas para mantê-los em estado de perpétua insatisfação, que é o combustível do consumo. Junto com os novos modelos de roupa, aparelhos de som, televisores, calculadoras eletrônicas, vídeos-cassete, microcomputadores caseiros, relógios cronometrados, etc., os novos modelos de beleza, saúde, e prazer são construídos numa velocidade vertiginosa. Só os ídolos da publicidade, estes artefatos industriais, podem acompanhar esse ritmo. (p. 181)

Talvez pelo caráter intransponível, o consumo reúna tanto investimento, em detrimento de outras ações mais coletivas. E enquanto tudo se abaliza pautado no consumo, a moral do espetáculo se estabelece, com “o mundo da mercadoria dominando tudo que é vivido” (DEBORD, 2011, p.28). Nos termos de Debord, o espetáculo pode ser compreendido como uma forma aperfeiçoada e especialmente elaborada para alienar consciências, ao apontar caminhos da totalidade social e não do desejo e expressões individuais. Semelhante ao que acontece com narciso, conforma-se um padrão contemplativo, em que o sujeito mais contempla do que realmente vive. Bem como aceita as imagens dominantes divulgadas pelos meios de comunicação, o que faz com que se afaste, cada vez mais, da compreensão e do conhecimento dos seus próprios desejos.

Em Adorno, vimos que o próprio sujeito se posiciona como principal objeto da indústria cultural, influenciado a distanciar-se da sua singularidade. Porque até mesmo “quando o público se rebela contra a indústria cultural, essa rebelião é o resultado lógico do

desamparo para o qual ela própria o educou.” (ADORNO *apud* KEHL, 2003, s.p). Nesse caso, o desamparo se fortalece uma vez que todas as relações são mediadas pelo espetáculo, os sujeitos só podem ficar a mercê dele. Esse fato, de acordo com Kehl (2003), ajuda a compreender a dificuldade do sujeito em se amparar em faculdades racionais para resistir ao canto da sereia propagado pela sociedade de consumo. Mas toda a atração desenvolvida envolve afeto, identificações, preferências pessoais e simpatias e quanto mais o indivíduo responde como consumidor e espectador, mais perde a noção de singularidade em favor de uma subjetividade espetacularizada, “que tenta preencher o vazio da vida interior da qual ele abriu mão por força da “paixão de segurança”, que é a paixão de pertencer à massa, identificar-se com ela nos termos propostos pelo espetáculo”. (KEHL, 2003, s.p).

A moral do entretenimento e do espetáculo, impulsionada principalmente pelo entrelaçamento entre comunicação e consumo, demanda uma produção glamourizada do eu, de acordo com a adesão aos códigos da indústria cultural, pois traduz um mundo de espelhos, com imagens ilusórias e pouco distinguíveis da realidade. “O efeito especular faz do sujeito um objeto; ao mesmo tempo transforma o mundo dos objetos numa extensão ou projeção do eu” (LASCH, 1990, p.22).

Para Bauman (2003), é o caso do consumidor que se transforma na própria mercadoria. Os indivíduos se posicionam como mercadorias em vitrines para atrair olhares, expressividade social, sedução, credibilidade, pois através do consumo podem capitanear seu valor mercadológico perante a sociedade, quanto mais se pode consumir, mais em conta a estima do indivíduo. Não por acaso vemos a difusão de workshops, palestras e cursos oferecidos para ajudar como “melhor vender sua imagem”, ou mesmo o fenômeno da ostentação, que agrega sucesso em cima do consumo de artigos de luxo¹⁹ (ou correspondentes legitimados como tal).

Segundo Debord (2011), de acordo com o princípio econômico de acumulação moderna, a essência do “ser” foi trocada pelo “ter” e, atualmente, no estágio de economia flexível que favoreceu uma profusão de imagens, o “ter” deu lugar ao “parecer”. Nesse regime de aparência, o corpo recebe todo o investimento necessário para bem aparentar. Freire Costa (1984) se baseia nas elaborações de Baudrillard para pontuar as duas principais características da sociedade de consumo, a burocratização, como agência de controle de

¹⁹Interessante notar que o fenômeno da ostentação invadiu as periferias, intensificado pelas composições de funk que exaltam um estilo de vida opulento, de acordo com o consumo de marcas famosas, bebidas caras, carros luxuosos, que refletem a busca por status e sucesso, embora em um ambiente de penúria e escassez. Mas MC Guimê define bem esse paradoxo, ao esclarecer o que seria o funk ostentação “realidade de alguns e vontade de outros”. No caso, eles cantam a vontade, maior estimulante.

comportamento, e o narcisismo, dirigido ao posicionamento do corpo, que serve como mais belo objeto de consumo.

O investimento no corpo também não significa investimento naquilo que ele tem ou pode vir a ter de singular e específico. O corpo do consumo, e aqui surge a originalidade do pensamento do autor, é investido enquanto *reflexo dos signos do sistema da moda*. Ou seja, os predicados corporais investidos pelo sujeito são aqueles que refletem os traços insígnias colocadas no topo do prestígio social. Este seria o narcisismo dos tempos modernos. Um "narcisismo dirigido" para aquilo que, no corpo do sujeito, exprime sua vinculação e posicionamento na pirâmide de diferenciação social. (FREIRE COSTA, 1984, p. 155)

A própria condição do corpo se modifica com a ascensão do consumo e das tecnologias, primeiro em relação autonomia, bem-estar e prazer, proporcionados pelos avanços tecno-científicos, que servem para comprovar a excelência do capitalismo. Fomenta-se uma ideia de que parece nunca ter havido uma sociedade com tanta liberdade, onde somente os marginalizados ficam excluídos da democracia corporal. No entanto, ainda assim o corpo parece não dar completa vazão à sexualidade nem a desejos reprimidos, que Baudrillard (1995) entende estarem escondidos debaixo de um erotismo de fachada, espetacular e espalhafatoso nas aparências, mas enfraquecido de substância.

O corpo se aproxima, então, de um manequim vivo, feito para ostentar os signos da moda. Mas a grande contradição se assenta no fato dessa mesma sociedade, que promove técnica científica e liberdade corporal, também atuar na produção de mazelas insanáveis. Pois ao tempo que atribui aos corpos o direito ao prazer, liberando-os da mera reprodução da espécie, também é “a sociedade que polui; incentiva a concorrência por prestígio, status, celebridade; fabrica guerra entre sexos e gerações, mata muitos de fome e abarrota uns poucos de comida e, enfim, ameaça a todos, democraticamente, com a iminência do enfarte.” (FREIRE COSTA, 1984, p.178)

Também vimos que os imperativos de desempenho, beleza e gozo dessa sociedade, aliado a propagação do mito da cientificidade, atribui ao indivíduo um sentimento de aflição ante o medo de não se adequar (FREIRE COSTA, 1984). Poderíamos falar no estigma da vergonha, tão característico da conformação subjetiva atual, em que para não ser rotulado como “desviante”, “doente” ou “incapaz”, o sujeito tenta se ajustar às imposições superficiais do consumo, que prometem prazer inesgotável, mas trazem os quadros de insatisfação, tão caros à reprodução do sistema. Esse descompasso cíclico apresenta-se como pernicioso ao psiquismo do sujeito, que busca guarida no narcisismo. “A consequência psicológica desta

moral do prazer e do sofrimento é a preocupação narcísica. O indivíduo volta-se para si mesmo na esperança de superar o estado de privação em que seu corpo é socialmente mantido.” (FREIRE COSTA, 1984, p.181)

Freire Costa (1984, 1988) define o narcisismo contemporâneo como um narcisismo regenerador, que resguarda o eu dos efeitos devastadores das configurações sociais, sobretudo acerca da relação com o consumo, essa definição se assemelha ao narcisismo sobrevivencialista elaborado por Lasch (1990). No seu entendimento, o narcisismo serve como abrigo à violência traumática, compondo uma ação protetora que tenta minimizar o sofrimento psíquico. Não se trata apenas de um egoísmo hedonista, como comumente associado, pois o sujeito narcisista não padece de excesso de satisfação, mas de dor. “O homem narcísico não sofre por querer "gozar demais" (...) O investimento compulsivo no corpo que presenciamos hoje é uma maneira encontrada pelo indivíduo de limitar os efeitos violentos da sociedade de consumo.” (p.168). Quando o corpo e o sexo alçam status de mercadoria, engrateados apenas pela aquisição de bens de consumo, o indivíduo adota uma estratégia de sobrevivência narcísica que em muito se distancia do prazer.

A devastação da vida privada pela esfera pública, sobretudo pela presença maciça da mídia nas casas, expropria os membros da família de autoridade e compromisso. Desta maneira, os meios de comunicação, atuando na formação de ideais, proclamam promessas inalcançáveis de deleite, que ora incitam o recuo narcísico infantil, deslumbrado pela ilusão da satisfação imediata, ora estimulam o seu fechamento.

O narcisismo sobrevivencialista de Lasch (1990), também se relaciona à insegurança latente, que perpassa o descrédito político, as catástrofes naturais, o descompromisso social, o clima acirrado de competição, o medo de virar refugo da sociedade de consumo e do sentimento de vergonha. Mediante essa circunstância, o ego se retrai, ficando vulnerável à influência das pulsões autodestrutivas, ou seja, as pulsões de morte (GREEN, 1988). Acontece que a cultura organizada ao redor do consumo, que instiga o narcisismo, dispõe o mundo como um espelho, onde os medos e desejos são projetados, revelando fragilidade e dependência, já que corrói a confiança na capacidade do sujeito de prover suas próprias necessidades. (LASCH, 1990).

O distanciamento da religião e de qualquer outro valor que garanta uma confiança em “dias melhores”, também ativa a defesa narcísica. Diferentemente dos valores de consumo, os valores religiosos não direcionam para paraísos terrestres, mas para uma glória e bem aventurança vindoura, alcançada pela morte do corpo, quando finalmente o indivíduo pode

adentrar um estágio de paz e completude. Na ideologia do prazer, de acordo com Freire Costa (1984), o estado de graça é imanente ao corpo e não transcendente à vida, sua natureza, continuamente reformulada pela moda, é terrena e inatingível, mas mesmo assim incessantemente buscada. “O corpo da moda, miragem da onipotência erótica, encontra-se no mundo, exposto nas vitrinas, páginas de revistas, telas de cinema e televisão. Mas, como o reflexo do Narciso grego, está lá para ser visto, cobiçado e nunca para ser apropriado. Ao ser tocado ele some, desfaz-se.” (p.182).

Psicanaliticamente, o narcisismo patológico, em Lasch (1983, 1990) apresenta algumas características, sendo elas: a idealização do objeto, conforme o respaldo do narcisismo infantil; a formação de um eu grandioso, que também é infantil e fonte das projeções idealizantes do objeto e, por fim, a supremacia da pulsão de morte na dinâmica da psique, observável por meio das atitudes agressivas, coléricas, nervosas e recheadas de ódio, inveja, arrogância e temor. (FREIRE COSTA, 1984). Todos esses atributos reunidos no narcisismo, depois retificado como amparo sobrevivencialista, denotam perda de individualidade e não uma autoafirmação, principalmente levando em conta a alienação totalizadora impetrada pelo mercado, que embora disfarçada sob o signo da personalização, afasta o indivíduo do autoconhecimento.

Então, o narcisismo, enquanto defesa, se refere às incertezas sobre o eu e o receio de sua desintegração. Conforme as ameaças sofridas, as técnicas que visam sobrevivência frente às desventuras da vida em sociedade suscitam apatia, recusa à realidade, menosprezo pelo passado e futuro e descompromisso emocional. Pois se a conformação cultural impede a realização do prazer, exatamente pelo processo de estandardização que o desejo assume, fabricado artificialmente e somente visualizado em publicidades e manuais, a máxima se refere a pelo menos evitar o desprazer.

Dos atributos citados acima, um dos mais contundentes se relaciona ao desinvestimento no outro, pois dado que a mercantilização se alastra para todos os segmentos da vida em sociedade, a relação com a alteridade também se reveste de feições mercadológicas. Tal qual um objeto de consumo, a relação com o outro pode ser facilmente descartada, assim como as tendências sazonais, que “caem da moda”. Os laços, que se dão no nível da superfície, podem ser rompidos a qualquer momento, sem aviso prévio ou preocupação com danos. A competição instaurada pela diferenciação do consumo, mercado de trabalho ou prestígio social, também faz com que o outro seja visto mais como um rival ou inimigo, afugentando a possibilidade de trocas afetivas.

Na sociedade líquido-moderna, que pode ser comparada a uma selva, em que todos lutam pela sobrevivência a qualquer custo, o investimento emocional, segundo Bauman (2004, 2008), se apresenta como um investimento suicida, pois não garante retorno algum e pode ferir (e muito) o sujeito, além de atrapalhá-lo a galgar objetivos, sobretudo profissionais. E, mais uma vez, diante do medo do sofrimento, o retraimento narcísico parece se apresentar como saída mais viável. Nesse caso, Lipovetsky (2006) pontua que o homem prefere amar a si mesmo o suficiente para não precisar do outro, glorificando um individualismo puro, que denota temores e incertezas. Paradoxalmente, quanto mais se desenvolve as oportunidades de encontro, possibilitadas pelas tecnologias, mais os indivíduos se isolam e sentem-se sozinhos, “quanto mais as relações se tornam livres, emancipadas das antigas restrições, mais rara se torna a possibilidade de conhecer uma relação intensa. Por todo lado há solidão, vazio, dificuldade de sentir, de ser transportado para fora de si mesmo (p. 57). Desta forma, eis que os sentimentos de cooperação, compaixão e confiança se esvaecem e levam consigo questões referentes a ética, moral e solidariedade.

O medo da relação com o outro pode ser acompanhado nos isolamentos urbanos, nas grades, nos muros cada vez mais altos, nos sistemas eletrônicos de monitoramento. Para Bauman (2004), as casas são construídas com a finalidade de proteger o sujeito do mundo e não para a socialização com os outros membros da comunidade. O próprio fenômeno da segregação exemplifica o receio de se relacionar com a diferença, por isso não cessam de inventar artimanhas para varrer e cercear a presença daqueles considerados indesejáveis²⁰. Se não dá para escolher detidamente com quem se “esbarrar”, pelo menos que se evitem alguns tipos. Pois a imagem formada pelo ego ideal abomina a diferença e prefere a relação com o que lhe pareça mais próximo de sua imagem.

Voltando para a comparação da sociedade contemporânea com uma selva. De acordo com Lasch (1990), “se a sobrevivência é a questão preponderante, as pessoas concentrarão mais interesse em sua segurança pessoal que na sobrevivência de toda a humanidade” (p.68). Trata-se da apatia política, da descrença em ideais coletivos e projetos futuros, pois quando parece não haver nada que possa ser feito ou quando não sobra interesse para tal, o pensamento no seu próprio bem-estar se sobressai. Ao sujeito, resta a árdua missão de sobreviver, apesar de tudo. E para sobreviver algumas concessões precisam ser feitas e parece que o envolvimento com a alteridade acabou se transformando em uma delas.

²⁰Basta olhar o elevado preço para frequentar certos ambientes, além disso, alguns exigem passes VIPs que não são conquistados facilmente, não bastando somente o poder aquisitivo, mas a quantidade de prestígio. Além, claro, do próprio cerceamento feito por shopping centers, lojas, restaurantes.

Mas essa relação conturbada com o outro, embora desinvestida de substância e afeto, contribui para elevar a autoestima do sujeito. Mesmo com as fantasias de onipotência e fechamento narcísico, e ainda que livre das coibições familiares e institucionais, depende dos outros para legitimar sua autoconfiança, pois não consegue viver sem suscitar admiração e aplausos. No sujeito, o sentimento de insegurança só pode ser aplacado “quando vê seu “Eu grandioso” refletido nas atenções das outras pessoas” (LASCH, 1983, p.32) ou quando está perto ou associado àqueles que irradiam, celebridade, poder e carisma. Quando o ego ideal se sobressai, o mundo vira um grande espelho. Entretanto, a presença do outro atua como uma carga estruturante do Eu, seu apagamento, ao contrário de fortalecimento, pode acarretar ainda mais vazio e degradação. Freud (1990) é quem aconselha: “estamos destinados a cair doentes se, em consequência da frustração, formos incapazes de amar”. (p.92)

O processo de identificação, que de acordo com Freud (*apud* NASCIMENTO, 2011), expressa o estabelecimento de um laço emocional com outra pessoa, tem como função transformar uma eleição erótica de objeto em uma alteração no próprio ego. O estabelecimento de um laço emocional com o objeto, conforme a identificação, permite a participação do outro na constituição do Eu, atuando, portanto, como um mecanismo psíquico pelo qual o indivíduo internaliza um objeto externo tornando-se semelhante ao mesmo. Mas não semelhante no sentido de idêntico, pois essa entrada da alteridade que possibilita a individualização, à medida que a estrutura egóica suporta e resiste às diferenças e a separação em relação ao outro. “Resistir no sentido de o eu permanecer íntegro, com seu próprio desejo e individualidade mesmo após a identificação” (NASCIMENTO, 2011, p.115). No processo de individuação o sujeito capta com acuidade as diferenças entre o “eu” e o “não-eu”, diferentemente da idealização narcisista, em que há uma confusão acerca dessa separação.

Nascimento (2011), baseada em Pedrossian²¹, pontua que não é bem uma identificação estruturante a fornecida pela sociedade contemporânea que, via industrial cultural, promove uma espécie de identificação com o agressor. Pois a adaptação indispensável para sobreviver em uma sociedade injusta, que solapa as necessidades individuais de amor, realização, felicidade, intensificam os sentimentos de dor e desamparo que, por sua vez, forçam a identificação com o “lado” mais forte, responsável por nutrir a ilusão de que “todos podem ser como a sociedade todo-poderosa, todos podem se tornar felizes, desde que se entreguem de corpo e alma” (ADORNO & HORKHEIMER *apud* NASCIMENTO, 2011, p.117). Para Pedrossian (2008), a conformação cultural na atualidade privilegia a formação de vínculos de

²¹ PEDROSSIAN, Dulce Regina dos Santos. (2008). A racionalidade tecnológica, o narcisismo e a melancolia. São Paulo: Roca.

identificações idealizadas, conforme os modelos disponibilizados pela cultura, profundamente midiaticizada. De acordo com Nascimento, isso significa que:

(...) ambos os processos psíquicos – identificação e idealização de modelos impostos – estão envolvidos no autoesquecimento do Narciso contemporâneo enquanto mira-se nos espelhos das funestas águas da totalidade social, privando-se de alimentar-se com o afeto do outro igual a si e com o conhecimento de si próprio. (NASCIMENTO, 2011, p.117)

A identificação com o agressor expressa a introjeção dos ideais propagados por uma cultura consumista que não zela pelo bem-estar, mas que se baseia na insatisfação que rende vultosos lucros. Todavia, como é de se esperar, a relação estabelecida com o “agressor” não concede recompensas, não há nenhum retorno libidinal, o que fragiliza o ego, de acordo com o investimento direcionado para o objeto. Nessa circunstância, a relação com o outro fica comprometida, bem como a formação identitária, pois sem o outro, como conceber sua diferenciação essencial? O sujeito então nem mesmo se reconhece. Desta forma, quando a conformação cultural promove violência, acaba favorecendo um modo de funcionamento psíquico que se aproxima da pulsão de morte, onde as relações se revestem de frieza, desapego, indiferença e distanciamento. O sujeito se nega a manter laços duradouros e intensos, nega a alteridade e combate os sentimentos e as trocas afetivas, ativando a regressão psíquica, que o faz fantasiar um estágio inercial, emocionalmente inabalável. Trata-se do narcisismo negativo, como definido por Green (1988), que redundando na morte psíquica.

Essa hipótese do narcisismo de morte, que se assemelha mais a um anti-narcisismo, parece um pouco contraditória, se levarmos em consideração a ascensão do hedonismo. Mas, em consonância com todos os embaraços culturais que coíbem o sujeito da realização efetiva de sentir prazer, a meta contemporânea parece ser a de “pelo menos” não sentir dor, ou seja, evitar os dissabores. Logo, o hedonismo atribuído à sociedade de consumo revela-se antes como uma tática para minimizar o medo e o horror mediante a violência, do que uma forma positiva de perseguir o prazer. Para Freire Costa (1984), o hedonismo se apresenta como uma forma vendável da ideologia do bem-estar, que serve para conter o estresse²², considerado um mal intrínseco às configurações sociais contemporâneas.

²² A violência incontável proporcionada pelo sistema político-econômico suscita uma naturalização sob o disfarce de estresse. Não importa que a publicidade e os meios de comunicação covardemente incitem a insatisfação que causa dor e ansiedade, tudo se adequa ao selo de um “mal quase natural”, inerente aos novos tempos. (FREIRE COSTA, 1984) O estresse desponta como solução para tudo. Está dormindo mal? Com baixo desempenho? Culpa do estresse.

Desta forma, o narcisismo atua tanto como forma defensiva de autopreservação, quanto como uma maneira para recompensar a dor da impotência, através de desvarios megalomaníacos e onipotentes. Para Pedrossian (2008), essa dupla função é falha, uma vez que a indiferença com os acontecimentos traz uma aura conformista, que atua em prol do sistema. “Somente o conformismo poderia aceitar a atual insanidade, objetiva como um simples acidente de percurso do desenvolvimento histórico. A regressão é essencial ao desenvolvimento consequente da dominação.” (ADORNO *apud* PEDROSSIAN, 2008, p.166)

Além disso, ao renunciar aos sentimentos e procurar as satisfações impostas pelos meios de comunicação e publicidade, o sujeito se afasta ainda mais do reconhecimento dos seus próprios desejos e necessidades. Sendo assim, quando as emoções são substituídas por ideais quiméricos, através de identificações com celebridades e personalidade fabricadas, o indivíduo adequa-se mais prontamente a uma realidade desviante que o adoece.

A crise na autoridade familiar e institucional também se estende aos modelos identificatórios, que passaram a ser fornecidos, em geral, pela influência midiática. Mas a identificação com pessoas fabricadas, com personalidades milimetricamente construídas pelos meandros do consumo e prestígio, ajuda na reprodução e intensificação dos padrões vigentes. Para Lasch (1983), foram os meios de comunicação com seu culto às celebridades e sua tentativa de cercá-las de encantamento e admiração que influenciaram o fanatismo pelo “mundo dos famosos”, todos querem estar perto e se possível adentrá-lo, desvirtuando os sujeitos do verdadeiro encontro consigo e com seus pares. “A “mídia” dá substância e, por conseguinte, intensifica os sonhos narcisistas de fama e glória, encoraja o homem comum a se identificar com as estrelas e odiar o “rebanho”, e torna cada vez mais difícil para ele aceitar a banalidade da existência cotidiana” (p.43). Por essa razão, as redes sociais explodem com conteúdos de autopromoção, que pretendem elevar o banal ao extraordinário. São frases de efeito, composições fotográficas, que formam praticamente uma recriação atraente, de acordo com os padrões legitimados de sucesso - tudo para tentar minimamente conquistar admiração e por que não a inveja e cobiça dos demais?

Pois embora mediante o efetivo desinteresse nos outros, a construção da imagem do eu, ainda se dá voltada para o exterior, principalmente em se tratando dos referenciais determinados pela sociedade de consumo e pela moral do espetáculo. “Ocorre que essa imagem, investida libidinalmente pelo Narciso atual, torna-se depositária de uma série de pressupostos e modelos provenientes da indústria cultural, via publicidade e outros instrumentos midiáticos.” (NASCIMENTO, 2011, p.126). Some-se a isso o fato de que esses

ideais são irrealizáveis, por isso a “identificação com o agressor”, porque a fonte de sofrimento e dor, também serve como modelo. Nesta circunstância, tamanha a confusão e o sentimento de desamparo, o narcisismo surge como proteção, mas não tanto relacionado às pulsões de vida, que inflam o sujeito de energia libidinal, estruturação egóica e amor pelo objeto. Mas de acordo com sua face sombria, destrutiva, manifestada na ira, no ódio por si e pelos outros.

Embora Freire Costa (1984) discorde de uma cultura doentia, como Lasch fez com a “cultura do narcisismo americana”, corrobora com o pensamento de que a cultura atual traz um potencial fortíssimo de adoecimento, embora a culpa seja jogada toda para os indivíduos. Mas, em seu entendimento, discutir sobre isso não serve para sanar o problema, que está contido na dificuldade em lidar com a quantidade de violência que a sociedade atual congrega.

O impasse do indivíduo urbano não é o de saúde ou doença, sua ou da sociedade, mas o da impossibilidade de escapar da teia de violência em que se encontra. Isto porque tanto o consumo de terapias quanto os métodos de evasão, remédios que lhe são oferecidos pela cultura como alívio para suas dores e desconfortos, não esterilizam os focos de violência. Estes analgésicos morais só fazem manter acesa a relação persecutória que o Ego estabelece com o corpo. Sintonizados com a sociedade de consumo, perpetuam a "doença cultural", por uma espécie de efeito iatrogênico. (FREIRE COSTA, 1984, p.186)

Conforme o estado de violência, o indivíduo pode adotar condutas delinquentes, apelar para valores repressivos, adentrar a psicopatologia ou pode romper com as imposições do consumo, de acordo com a crítica ofensiva ao enclausuramento decorrente do consumismo. Mas Freire Costa (1984) indica as duas principais consequências, a primeira delas mais relacionada à indiferença é representada pelo indivíduo “blasé”, que abdica do desejo de prazer e da possibilidade de deixar-se invadir por sentimentos, mantendo uma postura conformada diante dos fatos, não critica nem a si mesmo, nem à sociedade. “Exclui de seu funcionamento mental qualquer pensamento sobre o prazer, mutilando a identidade, e adaptando-se ao aleijão. Em poucas palavras, desfaz-se da ansiedade, robotizando-se. Entrega-se à "sedução da barbárie".” (p.186).

O segundo tipo característico seria representado pelo “drogado”, que ao invés do blasé, reclama o direito ao prazer do consumo e, extasiado pelo uso de psicotrópicos, pensa em poder se livrar (juntamente com o seu corpo) da culpa pelo sofrimento. Sob o efeito da droga, o sujeito rompe com a realidade e fantasia-se onipotente, como se pudesse galgar o prazer que a sociedade de consumo lhe nega. Independente, poderoso e revestido de coragem, ilude-se

como imbatível. No entanto, após algum tempo, os sentidos de liberdade e plenos poderes acabam se tornando fonte de aprisionamento e dor, tal qual o prazer sexual reprimido pela sociedade. “O drogado (...) aprende que a "obrigação de gozar" é tão penosa quanto a impossibilidade de ter prazer.” (FREIRE COSTA, 1984, p.187).

Toda a violência destrutiva exigida no intuito de “tentar” inocentar o corpo do sofrimento serve como exemplo para desmistificar a possibilidade de encontrar prazer no consumo. Em Sodré (1990), a droga serve para aplacar a pressão que invade o sujeito, ávido por experimentar sensações capazes de restringir medo da velhice e da morte, o entorpecente simula uma humanização da violência com que se reveste o mundo fragmentado.

Finalmente, todo o empreendimento analítico sobre os aspectos da cultura contemporânea contribuiu para o entendimento das funções desempenhadas pelos fatores extra-individuais na conformação de uma subjetividade com viés narcísico. No entanto, Freire Costa (1984) não concorda com a consideração de uma cultura patogênica, tal qual elaborada por Lasch (1983) em relação à cultura americana. Na sua visão, toda cultura imprime, via processo de socialização, certos traços de condutas e aspirações em seus membros, responsáveis por compor um tipo psicológico ideal. Estar dentro ou fora desse tipo ideal não corresponde diretamente a estar doente ou sadio, significa apenas que o sujeito pode adotar o modo normativo de cultura ou não, pois assim como um indivíduo não pode transpor a norma, o perturbado pode incorporá-la. Se a cultura é patogênica, não é porque cria o narcisismo nos sujeitos, mas porque funciona estimulando-o, à medida que fixa um desempenho psicológico cujas requisições estão além dos meios disponibilizados aos indivíduos para alcançá-lo.

Então, o desvio para a psicopatologia se apresenta como forma de enfrentar a tensão causada pela imposição de atingir o ideal de eu, principalmente quando faltam ao sujeito suportes culturalmente legitimados para tal fim. Nesse caso, as características culturais e os traços étnicos são produtos da socialização, enquanto a psicopatologia é produto de um entrave no processo socializador.

A cultura comporta-se como um fator patogênico não por elaborar um tipo particular de identidade étnica, qualquer que seja ele. Isto, toda cultura é obrigada a fazer, na medida em que não há cultura sem seleção arbitrária de significações. A cultura pode ser tida como elemento causal na cadeia patogênica quando produz um descompasso, uma dissimetria entre as exigências do Tipo Psicológico Ideal e os meios adequados ao cumprimento destas exigências. (FREIRE COSTA, 1984, p.187)

As defesas narcísicas solicitadas para a sobrevivência psíquica em uma cultura violenta, instável e volúvel são intensificadas pela própria indústria da propaganda, que não

cessa de lançar ídolos com padrões inalcançáveis (de beleza, prestígio, aquisições materiais), que são tomados como ideais e modelos, mas servem para intensificar os sentimentos de frustração e sofrimento. Nada mais falso do que uma busca por ideais artificialmente arquitetados. Por essa razão, o narcisismo contemporâneo se distancia de uma expressão clara de autoenamoramento, como comumente considerado, e se aproxima de uma forma sadomasoquista de lidar consigo e seus pares.

Em “Sobre o Narcisismo: uma introdução”, Freud (1990) pontua que o narcisista ama o que ele é, o que ele era, o que ele foi e o que poderia ser. No entanto, Freire Costa (1984) complementa que se Freud pudesse testemunhar a que ponto chegamos com a ascensão ocidental da sociedade de consumo, “certamente perceberia que o indivíduo pode voltar-se narcisicamente para si porque é obrigado a "amar"; a) o que não é; b) o que nunca foi; c) o que nunca poderia desejar ser ou; d) uma pessoa que jamais fez parte da pessoa-própria. (p.187). Ao sucumbir aos ideais fabricados, o sujeito sequer se reconhece.

2 TELENOVELA E REPRESENTAÇÕES

2.1 História da telenovela no Brasil

Para compreender este gênero televisivo tão acompanhado, o mais popular no Brasil, faz-se necessário rastrear seu caminho, sua história até conquistar fama como produto midiático brasileiro de maior audiência. Ao refazer o itinerário histórico da telenovela, suas principais características na atualidade podem ser esclarecidas ou ao menos relacionadas às suas raízes. Comumente, uma das primeiras influências da telenovela brasileira encontra-se associada ao romance folhetinesco, mas, para Ortiz (1989), esta associação requer cuidados, pois além das continuidades, existem contundentes rupturas, também apropriadas como marcas deste gênero midiático. Isso ocorre porque a trajetória da telenovela no Brasil percorre referências assimétricas, importada de outros países, antes de finalmente se firmar em terras brasileiras. Com destaque especial às *soap operas* norte-americanas e às radionovelas latino-americanas, além, claro, do folhetim europeu.

A primeira referência, o folhetim, surgiu na Europa, impulsionado pelas transformações advindas da Revolução Industrial. O avanço das tecnologias de impressão acarretou a popularização de jornais e revistas e somada à crescente ampliação do número de cidadãos letrados, fortaleceu a expansão e massificação de gêneros com apelo eminentemente popular. De acordo com Ortiz (1989), o folhetim já nasceu com a marca do entretenimento, representado pelo próprio vocábulo *feuilleton*, que “designa um lugar específico da página do jornal, o rodapé, espaço visualmente demarcado dos outros temas, e no qual são tratados os *fait divers*, os crimes as crônicas mundanas, e por fim o romance-folhetim, publicado em pedaços.” (p.14, 1989)

No Brasil, a ascensão do folhetim aconteceu quase que simultaneamente à Europa. No entanto, ao invés de trabalhos originais, o que mais se sobressaia eram as transcrições de obras estrangeiras, vez que os trabalhos de autores nacionais figuravam como uma estratégia de publicação mais acessível, em contrapartida ao alto custo para a produção de um livro. Contudo, vale a pena ressaltar que, diferente do caso europeu, esse tipo de publicação nunca alçou tanta popularização na sociedade brasileira.

As histórias seriadas só caíram realmente no gosto popular na década de 40, com o advento das radionovelas, influenciada pelas *soap operas* que viraram febre nos EUA e pelas radionovelas latinas. As *soap operas*, como são denominadas as radionovelas norte-

americanas, acompanharam a formação da estrutura industrial do rádio naquele país, considerado, em 1930, como grande e valioso meio de lazer e entretenimento. Mediante tamanho prestígio popular, empresas do ramo de produtos de limpeza começaram a investir na produção das “óperas de sabão”²³ radiofônicas, destinadas a propagandear produtos às donas de casa.

Entretanto, diferentemente da organização folhetinesca, as *soap operas* não são regidas por um enredo principal, mas por histórias paralelas e intermináveis, que dificilmente chegam a um desenlace final. As “óperas de sabão” já nasceram marcadas pelo viés comercial, produzidas para garantir audiência e venda de produtos, por meio de uma vinculação direta entre narrativa e estratégia comercial, destinada a atingir prioritariamente as mulheres, através de temas do universo feminino, com especial atenção para os conflitos românticos.

A intersecção entre a *soap opera* e a radionovela pode ser explicada, segundo Ortiz (1989), através do caso cubano, onde a radionovela supostamente teria surgido, em 1935. A influência dos EUA favoreceu o desenvolvimento da radiodifusão naquele país, de acordo com o interesse norte-americano em expandir sua influência comercial. Assim, métodos e técnicas importados da foram incorporados ao fazer radiofônico em Cuba.

O resultado foi que se produziu uma ampla rede de radiodifusão com um pessoal artístico e técnico altamente especializado. É dentre desse contexto que surgem as radionovelas, no início patrocinadas por fábricas de sabão cubanas: Crusellas e Savatés, que ainda nos anos 30 são incorporadas por Colgate-Palmolive e Procter and Gamble. Havana emerge assim como um polo de produção que durante muitos anos exporta artistas, diretores de rádio e, sobretudo livretos de radionovela por toda América Latina. (ORTIZ, 1989, p.28)

A radionovela cubana foi montada em uma estrutura semelhante à da *soap opera* norte-americana. Todavia, a diferença entre as duas está contida no fato da primeira recorrer para o lado mais trágico, mais melodramático – interessada em levar, principalmente as mulheres, às lágrimas. Os temas das radionovelas tem direcionamento regido pelo fio condutor da temática amorosa, diferindo dos temas mais variados presentes na literatura folhetinesca. Mas, de certa maneira, a radionovela ficou reconhecida por agrupar em sua produção, a tradição literária do folhetim e o empenho econômico para lucrar em cima do produto final, conforme os investimentos advindos das fábricas de sabão.

²³ Livre tradução de *Soap Opera*.

Em 1941, a radionovela chegou ao Brasil, também financiada por empresas ligadas a produtos de higiene, neste caso a Colgate-Palmolive. As primeiras exposições em solo nacional foram as de “A predestinada”, pela Rádio São Paulo e “Em busca da felicidade”, pela Rádio Nacional. Este gênero radiofônico que futuramente deu lugar a telenovela, veio importado de outros países, portanto, seguindo padrões já praticados, como a veia folhetinesca e melodramática e o direcionamento para um público-alvo composto primordialmente por donas de casa.

O atraso na estreia da radionovela no Brasil deveu-se ao retardamento na expansão dos aparatos técnicos do rádio, também pesando o fato de não ter se formado uma forte estrutura comercial em torno desse meio de comunicação. Mas em 1940, o rádio passou a ser encarado como importante veículo de propaganda, de acordo com o investimento de grandes grupos multinacionais em sua programação e com a crescente expansão, que em apenas poucos anos alcançou vultosos números. Somente de 1943 a 1945, a Rádio Nacional exibiu mais de 116 produções e a Rádio São Paulo chegou a exibir mais de nove radionovelas por dia. Ao contrário do folhetim, a radionovela realmente alçou popularidade. (ORTIZ, 1989)

Simultaneamente aos momentos de glória do rádio, em 1950, Assis Chateaubriand (1892 - 1968) implantou a primeira televisão no Brasil, a TV Tupi de São Paulo. Esse desenvolvimento pode ser relacionado ao momento histórico e político em que se formava um mercado de bens simbólicos, compondo timidamente aquilo que, segundo Adorno e Horkheimer, pode ser denominado como Indústria Cultural. Mas a TV só chegou a um estágio de massificação em meados dos anos 60, quando foi possível o alargamento e ampliação do serviço das redes afiliadas e quando o setor publicitário finalmente viu-se incitado a investir na mídia televisiva, conforme o incremento na venda e distribuição de televisores por todo o Brasil. De acordo com Ramos & Borelli (1989), até então, o crescimento da televisão teria sido prejudicado por dificuldades tecnológicas, econômicas e administrativas, refletindo o nível rasteiro do desenvolvimento capitalista no país.

Na verdade, devido a precariedade do próprio capitalismo brasileiro, não existia ainda uma realidade de mercado plenamente consolidada. O dilema da publicidade neste período, como na década de 40, é que ela tinha de se dirigir ao consumidor ao mesmo tempo em que se procurava criar um mercado existente só parcialmente (RAMOS & BORELLI, 1989, p.55)

A articulação e o fortalecimento da empreitada publicitária na televisão foram decisivos para o surgimento e amadurecimento da telenovela, sobretudo nos primeiros anos da década de 60. Logo após a implantação da TV no Brasil, em caráter um tanto amador, foi ao

ar a primeira novela. Em 1951, foi exibida pela TV Tupi “Sua vida me pertence”, obra do argentino Walter Foster, veiculada somente duas vezes por semana, com a curta duração de 20 minutos.

Nos seus primeiros anos, a telenovela correspondia apenas a uma transcrição da radionovela para o vídeo, o que obrigava autores, atores e equipe técnica a produzir para os dois meios (rádio e TV). Mas esse processo de transcrição continha limitações, sobretudo relacionadas ao tratamento dado à construção das imagens. Assim como no rádio, o texto permanecia em lugar de destaque, em detrimento ao vídeo. Para Ortiz (1989), ao tempo que a tradição radiofônica impôs barreiras à ascensão da telenovela, também serviu como fonte inesgotável de referências, principalmente através de sua base melodramática com tendência em privilegiar traços sofríveis da história. Os heróis, que no primeiro momento eram construídos distantes da realidade e mais próximos de um sentido arquetípico, passaram a congregiar modelos sociais mais críveis, tornando-se aptos a inspirar comportamentos reais a serem seguidos.

As formas de fazer telenovela no Brasil eram precárias, o imprevisto reinava nas produções. Somente com a chegada da TV Excelsior, em 1960, a televisão brasileira deu os primeiros passos rumo ao profissionalismo e à organização empresarial deste veículo de comunicação e, conseqüentemente, de suas produções. De acordo com a base administrativa comercial montada nesta TV, foi possível investir no aperfeiçoamento de funções e na implantação de departamentos especializados, além da racionalização dos investimentos e planejamentos técnicos, encarando a televisão realmente enquanto um negócio. Para tanto, o espaço da publicidade foi valorizado e vendido para empresas que estivessem interessadas em gerenciar determinado produto midiático, a exemplo da relação comercial estabelecida entre as fábricas de sabão e a radionovela. Em 1963, a TV Excelsior lançou a primeira telenovela diária, “2-5499 Ocupado”, inspirada em uma produção argentina.

Mas antes mesmo da entrada da TV Excelsior, a telenovela passou por algumas mudanças. Ainda em 1954, na TV Tupi, a temática mais voltada para o melodrama passou para uma fase mais erudita, com a adaptação de grandes obras estrangeiras e de filmes consagrados. Também data deste período um acontecimento curioso que acompanhou o início da telenovela, o teleteatro. Duplamente, a televisão reproduzia a tradição do rádio, com a exibição de programas humorísticos, shows de calouros e novelas e, por outro lado, se preocupava com produções mais refinadas, voltada para a exibição de peças teatrais.

Em São Paulo, o “Grande teatro Tupi” e no Rio de Janeiro o “Teatro Cássio Muniz” apresentavam peças consagradas internacionalmente, encenando Ibsen, Eugene O’Neill, Jean Cocteau, Tennessee Williams e vários outros autores. Não se tratava na verdade de uma adaptação para a televisão, as companhias teatrais lançavam as peças que se encontravam em cartaz (...) gozavam de completa autonomia em relação às emissoras. Cabia a essas somente montar o cenário, realizar os ensaios e propiciar os meios técnicos como direção de TV, sonoplastia e iluminação; a escolha do texto; a *mise en scène* e o trabalho dos atores eram assuntos exclusivos das casas de teatro. (ORTIZ, 1989, p.43)

Os teleteatros que fizeram sucesso entre os anos de 1951 e 1967 concediam, segundo Simões (1986), prestígio às emissoras, tornando-se para muitos a própria definição da televisão dos anos 50, assim como a novela se tornou a expressão mais completa da televisão nas décadas seguintes. Acreditava-se que com o teleteatro, o nível cultural da TV chegasse a um patamar mais elevado, principalmente porque as encenações traziam textos de “Brecht, Goethe, Dostoievsky, Pirandello, Steinbeck, Maughan, Shakespeare, Lorca” (SIMÕES, 1986, p. 29), além de grandes nomes nacionais, como José de Alencar. Diferente dos programas de calouros, humorísticos e novelas, a proposta do teleteatro privilegiava produções consagradas de clássicos da literatura mundial, incorporando uma vertente mais artística à programação da TV, de tal forma que em pouco tempo este gênero tornou-se uma espécie de “menina dos olhos” das emissoras.

A estreia veio com o “Grande teatro Tupi”, em 1951, apresentando encenações ao público todas as segundas-feiras, acompanhado da TV de Vanguarda, que já acumulava experiência dos seus diretores vindos do rádio. O prestígio do teleteatro era tamanho, que conforme Ortiz (1989), a estratégia encontrada pela TV Paulista em processo de falência (depois vendida para as Organizações Victor Costa em 1955) foi investir neste gênero para alavancar a audiência e o conceito da emissora, preocupada em montar uma espécie de TV Vanguarda (TV Tupi) neste canal. Diferente da telenovela, que os capítulos duravam menos de trinta minutos, no teleteatro as exibições chegavam a mais de duas horas. Mesmo não havendo uma completa adaptação para a televisão, os diretores se preocupavam em ajustar algumas cenas ao vídeo, procurando melhorar cenograficamente o tratamento dado ao roteiro.

Enquanto o teleteatro simbolizava a erudição cultural, a telenovela era encarada como um gênero inferior, com inspirações advindas do rádio e não do cinema, diferente do que aconteceu em vários países da Europa. Entre 51 e 63 foram exibidos 1890 teleteatros frente a 164 telenovelas, uma diferença abissal, mesmo levando em consideração que a telenovela ficava no ar por meses, uma vez que a exibição de um teleteatro chegava a durar mais de duas

horas, ou seja, a soma da duração de quatro a seis capítulos da telenovela. (ORTIZ, 1989). Enquanto o primeiro crescia em velocidade ascendente, a telenovela embarcava em uma onda oscilatória, revestida de desprestígio, embora com visíveis mudanças, principalmente no passar de sua primeira década de exibição. Mas com a chegada da TV Excelsior, já se desenhava uma reviravolta, acompanhada pelo interesse do público em programas mais populares e menos eruditos.

A ampliação das emissoras de TV nos anos 60, somada a expansão da venda de aparelhos por todo o Brasil, contribuiu para popularização da televisão e seus gêneros. Nessa empreitada rumo à ascensão da TV como um meio massivo, também podemos citar a importância essencial desempenhada pelo vídeo-tape, que possibilitou a gravação, armazenamento e ampla distribuição de determinados programas. À medida que a TV se popularizava, os investimentos em suas potencialidades propagandísticas também se elevavam, culminando em um olhar mais mercadológico para este veículo. Como foi dito acima, a TV Excelsior, fundada em 1959, foi uma das primeiras a investir ferrenhamente nas possibilidades deste meio, estabelecendo logo uma parceria com a Colgate-Palmolive, interessada em anunciar seus produtos na telenovela que, de acordo com as inovações proporcionadas por esta parceria, passou para exibição diária.

Em 1963, a telenovela originalmente argentina, 2-5499 Ocupado, estrelada no Brasil por Tarcísio Meira e Glória Menezes, foi exibida diariamente pela Excelsior. Para Távola (1996), apesar de ter ficado no ar de julho a setembro, não obteve muito sucesso junto ao público. “Dá-se o seu registro pelo valor histórico. O êxito e implantação do gênero viriam em fins do ano seguinte, com a estreia de “O Direito de Nascer”, que ao longo de sete meses encantaria a teleplateia das duas maiores cidades do país.” (TÁVOLA, 1996, p.76)

De acordo com Ramos & Borelli (1989), nos primeiros meses o público demorou a se acostumar, mas logo se rendeu à exibição diária, pautando os afazeres da vida conforme o horário de apresentação deste gênero, que logo adentrou o cotidiano de inúmeras famílias. Com esta transição, as telenovelas passaram, inclusive, a fornecer referências para os nomes das crianças, além de diminuir o ritmo de outras atividades rotineiras no período em que durava sua exibição. Especula-se um arrefecimento na utilização da rede sanitária e adiamento de sessões oficiais – prenunciando mudanças de hábitos em diversas camadas da sociedade brasileira.

Nos anos seguintes a 63, as telenovelas chegaram até mesmo a ofuscar o sucesso ascendente dos programas de auditório, ocupando lugar de destaque como agenciadora de

público, razão pela qual todas as emissoras queriam incluir em sua programação este gênero, a fim de alavancar a audiência. Como nos fala Távola (1996), o primeiro grande sucesso veio em 1964, com “O Direito de Nascer”, esta telenovela foi capaz de mobilizar a audiência das cidades de Rio de Janeiro e São Paulo, marcando um início rumo à qualificação da produção e da profissionalização de atores, diretores e técnicos.

Entretanto, mesmo em face de todo o alvoroço e prestígio alcançados, a fase ainda era de experimentações, com a testagem de horários, autores, técnicas e adaptações comerciais. Nesse período, o formato das narrativas, ainda controlado pelos patrocinadores das fábricas de sabão, encontrava-se mais pendente para o lado dos melodramas, embora com algumas diferenças do melodrama importado de outros países, como explicam Ramos & Borelli (1989):

Algumas distinções podem no entanto ser apontadas entre a dramaturgia latino-americana importada e o melodrama brasileiro. Ivani Ribeiro, quando justifica o sucesso de suas novelas, esclarece essa diferença: “O assunto quando é bem tratado, é bem aceito. O que importa é uma história que corresponda, de certa forma, ao que acontece na vida real. O telespectador gosta de ver-se identificado com as estórias e os locais de minhas novelas. Por isso elas se passam no Brasil e contêm conflitos que se enquadram em nossa época”. (RAMOS & BORELLI, 1989, p.70)

Ao longo de sua expansão e desenvolvimento, conforme o aprimoramento técnico, artístico e comercial, a telenovela brasileira começou, a exemplo das radionovelas, a adentrar territórios mais nacionais, retratando espaços urbanos locais. Além da construção do herói (protagonista) com feições mais verossímeis. A atual preocupação dos autores de telenovela com a identificação do público, que os leva a retratar temas em voga na sociedade, tem raízes no final dos anos 60, quando até mesmo as adaptações de enredos importados sofreram certo “abrasileiramento”, com o intuito de conquistar a identificação imediata do público.

Em 1968, “Beto Rockfeller”, telenovela exibida pela TV Tupi, fez história ao tratar da realidade brasileira e o cotidiano da população utilizando, para este fim, linguagem própria das ruas, abusando do recurso de verossimilhança. Com enredo de Braúlio Pedroso e direção de Lima Duarte, Beto Rockfeller, em plena ditadura militar, apresentou uma narrativa voltada para a cidade grande, enfocando os conflitos e dilemas de um sujeito com aspirações a golpista, através de um humor coloquial e certa ambiguidade na construção das personagens.

De acordo com Vassalo Lopes (2009), essa produção, além de romper com os dramalhões mexicanos e trabalhar referências compartilháveis entre os brasileiros, também marcou época ao fundar na teledramaturgia nacional uma espécie de dinâmica da novidade.

As convenções que passaram a ser adotadas daí em diante baseiam-se em que cada novela deveria trazer uma «novidade», um assunto que a diferenciava de suas antecessoras e fosse capaz de «provocar» o interesse, o comentário, o debate de telespectadores e de outras mídias, o consumo de produtos a ela relacionados, como livros, discos, roupas etc. Essa ênfase na representação de uma contemporaneidade sucessivamente atualizada é visível na moda, nas tecnologias, nas referências a acontecimentos correntes. Mas é visível também e, especificamente, na evolução no modo como o amor, o romance, a sexualidade e a relação homem-mulher passou a ser representada nas novelas dos anos 1970 em diante. (VASSALO LOPES, 2009, p.25)

A novela “Beto Rockfeller”, como divisora de águas na teledramaturgia brasileira, suscitou a influência deste gênero na vida dos telespectadores, guiada pela circunstância de identificação e projeção, ao se aproximar da realidade do público. O interesse em enredos tão verossímeis, que atravessou décadas, incorpora o desejo de envolver o telespectador na trama, o que além de garantir altos índices de audiência, também aciona certo direcionamento, conforme o grau de envolvimento, guiando o público para debates programados e mensagens de consumo. Por esses motivos, ocorreu que “desde Beto Rockfeller, a novela [nacional] não deixou de referir-se a determinados problemas da sociedade brasileira: os preconceitos raciais, a condição da mulher (...) poluição industrial, a corrupção, a miséria e a violência urbana” (MATTELART, 1998, p. 111).

Mas anteriormente a Beto Rockfeller, Távola (1996) relembra que, em 1966, a telenovela “Ninguém Crê em Mim” de Lauro César Muniz, exibida na TV Excelsior, trouxe para a tela a uma temática psicológica e de entredo atual e notoriamente brasileiro. Contudo, se a importância dessa telenovela passou despercebida, pelo menos abriu caminhos que vieram a se consolidar com Beto Rockfeller. Em comum, as duas produções apontaram a possibilidade de obter êxito através de textos descontraídos, com diálogos simples e naturais, sem o artificialismo excessivo na dramatização.

O folhetim não perderia suas características básicas, mas ganharia conteúdos outros e dramaticidade conduzida por atores solistas de alta qualificação. Começava o gênero romântico-realista, mesclando folhetim tradicional com esboços de dramaturgia popular, nacional, em íntima conexão com aspirações do mercado: a mistura do mito de Cinderela com sociologia. Excitação do nível de aspiração social e emotiva até sensual do grande público. (TÁVOLA, 1996, p.94)

Se a telenovela nos seus primeiros anos era atravessada pela importação de dramalhões, muito distantes da cultura brasileira, já no início da década de 60, a situação foi

se invertendo. Pois com o processo de modernização do país, posterior ao golpe de 64, cinema, teatro, literatura e música sofreram um redirecionamento para raízes mais nacionais, assim como a própria teledramaturgia. A figura do anti-herói da literatura, o cotidiano urbano e a linguagem recheada de gírias do cinema e as músicas direcionadas à juventude, sugerem uma correspondência entre os traços característicos da novela “Beto Rockfeller” e o ambiente cultural do momento, refletindo a aura nacionalista por que passava o Brasil.

Mesmo que distante das sofisticções do Cinema Novo e Marginal, ou do Tropicalismo, o que se pode notar é que até mesmo esse gênero recorre e se vincula ao processo cultural como um todo. Beto Rockfeller explicita tanto a catalisação bem sucedida de autores do “polo erudito”, como a sintonia com a sociedade que se moderniza. (BORELLI & RAMOS, 1989, p.80)

Na virada para os anos 70, de acordo com produções culturais voltadas para o mercado de bens simbólicos, a telenovela sucumbiu aos fluxos modernizantes advindos de uma sociedade em crescimento e das repressões de um Estado autoritário. Neste período, a televisão já podia ser apontada como veículo de massa, conforme a ampliação da venda de televisores por todo o Brasil e a expansão das redes de transmissão. A consolidação deste meio de comunicação foi acompanhada pela questão do profissionalismo, já preconizada pela TV Excelsior, mas tomou ainda mais força com a implementação da organização e do padrão de excelência da Rede Globo. Essa emissora foi pioneira em lançar estratégias eficazes de produção, por meio da racionalização de custos e lucros, a fim de cooptar grande audiência e, por conseguinte, altas cifras publicitárias.

A ampliação do mercado das telenovelas no Brasil, representado principalmente pela Rede Globo, produziu uma espécie de resistência frente à febre das séries norte-americanas e telenovelas mexicanas. Essas produções importadas eram vendidas a baixo custo, se comparada ao investimento necessário para a produção de uma novela nacional que, segundo Távola (1996), só se paga depois do 80º capítulo. As séries importadas têm espaço na televisão brasileira, “contudo, não ocorreu o mesmo que na maioria dos países que as compram. Elas não desbancaram o produto nacional e todas as tentativas de opor, em horário nobre, séries famosas a telenovelas fracassaram.” (TÁVOLA, 1996, p.95).

2.1.1 Rede Globo e o protagonismo na produção de telenovelas

A década de 70 marcou o início da hegemonia da Rede Globo na produção de telenovelas. Nesse período, a emissora contratou Janete Clair para criar uma novela tão contemporânea quanto “Beto Rockfeller”, a autora reescreveu a radionovela “Véu de Noiva” e, no ano de 1969, a adaptação conquistou sucesso. Depois, veio “Irmãos Coragem” (1970 – 1971), ambientada no interior, com problemáticas nacionais e de temática social subjacente, além do viés político. E pioneiramente em 1973, foi ao ar, em cores, “O Bem-Amado”, de Dias Gomes. Mas a história da emissora começou ainda nos anos 50, no governo de Juscelino Kubistchek, quando o grupo Globo, que já congregava jornal impresso (O Globo), gráfica (Rio Gráfica Editora) e rádio (Rádio Globo), conseguiu a concessão de um canal de TV, que só conseguiria a ativação em 1965.

Depois de ativado o canal, somente em 1969, por meio de parcerias empresariais²⁴ e financeiras, a Rede Globo se consolidou no mercado audiovisual brasileiro. O rápido crescimento desta emissora encontra-se atrelado, segundo Vassalo Lopes (2003), a uma combinação de diversos fatores, como as relações amigáveis mantidas com o regime militar, a sintonia com o incremento do mercado de consumo e uma equipe de produção e administração preocupada em aperfeiçoar o marketing e a propaganda, juntamente com um grupo de criadores mais eruditos (filhos do cinema e do teatro).

Para Borelli & Ramos (1989), a TV Globo colheu os frutos do amadurecimento capitalista brasileiro e das diretrizes econômicas do governo de Castelo Branco (e seus sucessores), que instaurou um plano de modernização e integração nacional, bem como estimulou a entrada de capital e tecnologias estrangeiras. Aproveitando os avanços tecnológicos disponibilizados pelo cenário político brasileiro, a Globo se focou em criar uma indústria cultural correspondente à nova fase de desenvolvimento do país, através de um plano de expansão da rede de emissoras afiliadas. Plano semelhante ao da TV Tupi, sua principal concorrente neste período, que entrou o início dos anos 70 com sólida estrutura financeira e empresarial. No entanto, mesmo largando com maior número de afiliadas, a Tupi acabou perdendo a disputa e cessando suas atividades em meados de 80, enquanto a TV Globo permaneceu em constante crescimento. Nesse embate por filiações, a telenovela desempenhou papel crucial, conquanto gênero que virou febre no Brasil.

²⁴ Parceria com a Time-Life, um grupo americano que tinha interesse nos meios de comunicação da América Latina, de quem a TV Globo herdou técnicas operacionais e de gerenciamento de TV. (BORELLI & RAMOS, 1989)

Desde o início, as telenovelas da Globo incorporaram uma preocupação com o ideário nacional, pautadas em referências da própria cultura brasileira e não estrangeira, de acordo com direcionamentos indicados pelo governo militar. Pois no período ditatorial, as telecomunicações foram encaradas como veículo estratégico para propagar e manter o desenvolvimento e integração do regime, uma vez que ao incentivar (através de patrocínios e anúncios) e investir na infraestrutura das redes nacionais, o governo aumentou seu poder de gerenciamento nos conteúdos e nas produções. Além da política nacionalista de fomento à formação de uma identidade cultural, o controle e a intensa participação do governo militar na televisão também visou embarreirar produções consideradas de baixo teor cultural.

Segundo Borelli & Ramos (1989), essas duas proposições, uma nacionalista-autoritária e a outra preocupada com o nível cultural, fundamentaram, em 1975, a Política Nacional de Cultura. As diretrizes pontadas indicavam a exigência de difundir a cultura através dos meios de comunicação, assegurando uma produção qualificada. Nesse caso, mesmo com a Rede Globo se portando conforme o interesse no investimento nacionalista indicado pelo governo militar, em algumas ocasiões estas forças entraram em conflito, pois os cerceamentos estabelecidos pela censura chegaram a afrontar a face mercadológica da emissora. A exemplo da ocasião em que a telenovela *Roque Santeiro* (1975) foi barrada por ser apontada como um meio de deturpação de valores éticos da sociedade, sendo obrigada a passar por uma avaliação acurada de seus capítulos.

Mas ainda assim, nos anos 70 e 80 a hegemonia da TV Globo se confirmou, de um total de 157 telenovelas exibidas nesse período, 77 eram desta emissora. A racionalização e o planejamento podem ser apontados como motivadores da regularidade desta TV, o que vai desde o horário das exibições até a padronização criativa e estética do produto.

O processo de consolidação da Rede Globo na produção de telenovelas ocorreu concomitantemente ao que podemos chamar de abasileiramento das temáticas, com o grande desafio da dramaturgia focado em responder a questão central de “como retratar, discutir e criticar a realidade brasileira?”. (BORELLI & RAMOS, 1989, p.93). Pergunta prontamente respondida pelas sinopses de várias novelas globais, direcionadas para temáticas urbanas e atuais, envoltas pelas contradições, problemas e conflitos das metrópoles nacionais. O desafio de inserir um viés crítico da realidade em um produto chave da indústria cultural brasileira trouxe consigo alguns paradoxos, principalmente acerca da questão mercadológica. Entretanto, por outro lado, a identificação com o cotidiano nas telas cooptou grande número de telespectadores.

De acordo com forças até mesmo contraditórias, a Rede Globo geriu a preocupação primária com o mercado, a incorporação de escritores de vertente nacionalista (mais afinados com a esquerda e com concepções estéticas teatrais) e a influência do próprio Estado com suas exigências também de cunho nacionalistas, mas pautada em padrões previamente estabelecidos de censura. (BORELLI & RAMOS, 1989). Esta emissora foi muito eficaz ao gerenciar as referências recebidas e fazer experimentações com autores e horários, afora a introdução de inovações na construção de personagens e no próprio desenrolar das narrativas.

A história da TV Globo na produção deste gênero praticamente se mistura a própria história da telenovela, tanto que para Vassalo Lopes (2009) ao se referir à telenovela brasileira diz estar se referindo ao “padrão de teledramaturgia atingido e popularizado pela TV Globo”. No entanto, incorporando a importância que tiveram na consolidação desse padrão tanto a experiência pioneira da TV Tupi (décadas 1964-1980) e a experiência inovadora da TV Manchete (1984-1998).

Falar de telenovela brasileira é falar das novelas da TV Globo. São elas, sem dúvida, as principais responsáveis pela especificidade alcançada pela teleficção brasileira. Essa peculiaridade é resultado de um conjunto de fatores que vão desde o caráter técnico e industrial da produção, passam pelo seu nível estético e artístico e pela construção autoral do texto, os quais convergem no chamado «padrão Globo de qualidade». Por isso, é possível atribuir às novelas da Globo um papel protagônico na construção de uma «teledramaturgia nacional». (VASSALO LOPES, 2009, p.24)

A fixação de um horário para exibição foi invenção da TV Globo, que nos anos 70 passou a produzir três novelas diárias, exibidas entre 17:30 e 22:00. De acordo com Vassalo Lopes (2009), desta maneira, a Rede Globo sincronizou o horário de cada novela e acabou por determinar hábitos de assistência específicos. Atualmente, na primeira faixa, às 17h30, o carro-chefe é a telenovela *teen*, *Malhação*, seguida da novela das seis que, em geral, aborda temas de época e romances. Depois, temos a novela das sete, que traz em seu enredo temas atuais e urbanos, com tons joviais e cômicos. Por fim, em horário nobre, a telenovela das oito, geralmente pautada em temas sociais e por vezes polêmicos, destinado a um público adulto. Entre as novelas são exibidos jornais, primeiro um regional, entre a novela das seis e das sete e depois o Jornal Nacional, entre a telenovela das sete e das oito (nove). “A lógica que preside a esse palimpsesto tornou-se clássica por combinar noticiário e melodrama, ficção e realidade, cuja contiguidade tem sido objeto de análises e estudos recorrentes.” (VASSALO LOPES, 2009, p.24)

2.2 Telenovela brasileira: um recorte de realidade na tela

Desde as primeiras influências advindas do romance-folhetim europeu do século XIX, passando pelas *soap operas* e radionovelas, a telenovela no Brasil percorreu um longo trajeto e sofreu diversas mutações em diferentes segmentos até chegar ao formato em que se encontra atualmente. Para Motter (2003), a telenovela nacional se caracteriza pelo cuidado com todos os aspectos envolvidos no processo de produção, compreendido como o espaço que vai da arte de fazer bons roteiros, temas, atuações, até a qualidade que se expressa na sofisticada produção audiovisual – com todas as implicações de preparação, elaboração e acabamento nas diferentes etapas produtivas. Diferentemente dos dramalhões mexicanos, juntamente com modo refinado de produção, a principal marca da teledramaturgia nacional diz respeito à capacidade de trabalhar temas presentes na sociedade para a tela. Conforme uma tendência que se expandiu desde a veiculação de Beto Rockfeller.

O caminho desbravado pela telenovela Beto Rockefeller, da extinta TV Tupi, trouxe a realidade das ruas para a tela, no que foi seguida por várias outras produções, marcando um passo importante na teledramaturgia nacional. No entanto, a dificuldade em tratar temas mais próximos da sociedade brasileira, além de atravessar as entraves em adaptar um gênero de raízes estrangeiras para o contexto do país, também foi atrapalhada pela escassez de aparatos técnicos exigidos para tal empreendimento. Mas com a profissionalização preconizada pela TV Excelsior, depois consolidada com a TV Globo, a dimensão metafórica dos enredos e cenas, pôde ser substituída pela descrição do real de maneira mais fotográfica. Segundo relatam Ortiz & Ramos (1989), a preocupação em se aproximar do real não é necessariamente um privilégio da telenovela, mas um traço proveniente da própria ideia de indústria cultural.

A disposição para o realismo utiliza o recurso da verossimilhança, inflando a narrativa ficcional de conteúdos e signos da realidade. O elo entre ficção e real se dá através de diálogos e circunstâncias facilmente identificáveis pelo público, com objetos e cenários que remetem a sua vida privada. Além das gravações externas com paisagens urbanas prontamente reconhecíveis, em que aparecem cartões postais e demais pontos turísticos da cidade em que está situada a trama. Outro ponto de encontro da telenovela com o real trata da referência feita a acontecimentos da realidade, não somente a situações comuns do cotidiano dos brasileiros, mas a fatos e datas importantes. Assim como a referência a própria programação televisiva e figuras midiáticas famosas.

De acordo com Umberto Eco (1999), a forma adequada de lidar com uma obra de ficção parte de um acordo ficcional “que Coleridge chamou de ‘suspensão da descrença’. O leitor tem de saber que o que está sendo narrado é uma história imaginária, mas nem por isso deve pensar que o escritor está contando mentiras.” (1999, p.81). Pois ao adentrar o bosque da ficção e, então, assinar o acordo ficcional, o leitor compromete-se a compreender a verdade que a obra encerra nas fronteiras de seu mundo, o que faz com que a produção consiga ser, de alguma maneira, levada a sério. Pois afirmações consideradas verdadeiras numa estrutura ficcional são determinadas dentro da lógica do mundo possível elaborado no enredo.

Para nós, não é verdade que Hamlet tenha vivido no mundo real. Mas vamos supor que estamos avaliando o trabalho de um estudante de literatura inglesa e constatamos que o infeliz estudante escreveu que no fim da tragédia Hamlet se casa com Ofélia. Aposto que qualquer professor razoável afirmaria que o estudante disse uma inverdade. Seria uma inverdade no universo de Hamlet, assim como é uma verdade no universo ficcional de *E o vento levou* que Scarlett O’Hara tenha se casado com Rhett Butler. (ECO, 1999, p.94)

Desta maneira, o construto de ficção não pode ser considerado falacioso ou meramente falso. Mas crível dentro da criação em que está alocado, a menos que ocorra alguma incoerência dentro da própria construção, propiciando uma auto-invalidação das regras criadas para tonar esse mundo ficcionalmente verdadeiro. Nesse caso, ocorre uma fragilização do nível de confiabilidade mantido com o leitor. De toda forma, Eco (1999) ressalva que para envolver o leitor na trama, mesmo na criação dos mais impossíveis dos mundos, o mundo real deve ser levado em consideração, deve ser tomando como ponto central, ainda que às vezes seja necessário dele abstrair em detrimento da suspensão da descrença.

No caso da telenovela, que na maioria dos casos presa pela verossimilhança, elementos da vida real são utilizados para a criação do enredo e construção de personagens e cenários. “Portanto, parece que os leitores precisam saber uma porção de coisas a respeito do mundo real para presumi-lo como pano de fundo correto do mundo ficcional.” (1999, p.82).

Em geral, a telenovela opera sobre a estética do conhecido (TÁVOLA, 1996, p.09). Pois se trata de uma produção bastante acompanhada e de público diversificado, que precisa estar disponível a muitos, portanto, com diálogos simples e sem grandes rebuscamentos, abusando de referências mais acessíveis, de acordo com traços pertinentes da realidade. Conforme Melo (1988), a popularidade da ficção televisual no Brasil começou quando as novelas descobriram a realidade brasileira e puderam incorpora-la em capítulos diários. Uma vez acostumados com as produções importadas e algumas ficções televisas eruditas (como o

caso dos teleteatros), “os usuários de TV ficaram fascinados com a possibilidade de exercitar a sua fantasia cotidiana através de produções artísticas em que podiam reconhecer-se e ao seu meio ambiente.” (p.49).

A telenovela concatena elementos do cotidiano, possibilitando assim a identificação por parte do público. Esse efeito é conquistado através da representação do cotidiano vivido pelo telespectador na tela, fazendo com que este se envolva com as histórias e tramas apresentadas. Segundo Motter (2003):

para que se possa conviver com dezenas de personagens e ler suas trajetórias de vida, seus problemas e entender suas ações com algum interesse, é indispensável que eles nos pareçam reais. Um dos elementos fundamentais para que esse efeito se realize, está, a nosso ver, na estruturação da personagem a partir da instituição de um cotidiano que o prenda, que o ancore no espaço e no tempo. Tecido de reiterações e recorrências, o cotidiano participa na construção da personagem marcando-a por hábitos rotineiros, cuja sucessão demarca sua individualidade, sua existência enquanto ser e lhe garante similitude como o real. Seu cotidiano individual é organizado também em função do cotidiano que se articula na trama geral da narrativa e da qual todos os personagens participam como integrantes desse universo particular. (p. 32)

Mas não se pode perder de vista, que o interesse na identificação do público com a trama, que desarma em um acompanhamento diário do enredo, passa primeiramente pelas questões econômicas de um produto midiático feito para ser consumido e para gerar o consumo em cima de outros produtos. As telenovelas representam e anunciam padrões de vida, comportamentos, gostos e tendências sociais. Na produção da narrativa novelística ocorre uma interação entre os sujeitos que produzem e os sujeitos que assistem, numa relação de retroalimentação que toma como pano de fundo a realidade brasileira.

A Rede Globo foi pioneira em sintonizar as expectativas do público com suas produções ficcionais, de acordo com a montagem de um departamento de pesquisa e análise de mercado designado a entender como o público reage a determinados temas e inserções nos enredos. Através de estudos sobre a conformação cultural dos telespectadores, suas aspirações sociais, econômicas e emotivas, foram (e são) elaborados direcionamentos aptos a nortear a criação de autores e diretores, com indicativos para a construção de personagens e núcleos. Essas orientações partem de importantes indícios sobre o que o público gostaria de “consumir”.

(...) A atração exercida pelas novelas decorre do tratamento adequado que se procura dar às “emoções novelescas” dos telespectadores. Segundo Daniel Filho, diretor de produção da emissora: “São emoções mais distantes da

gente. Aparentemente, elas estão no nosso cotidiano, mas são, na verdade, uma sátira a ele. Na novela cria-se um mundo chamado realista, de pessoas vivendo um cotidiano aparentemente realista, e acrescenta-se a esse mundo fatos exagerados, como minas de esmeraldas perdidas.” Ou então recorrendo à fórmula clássica de Janete Clair, uma das principais novelistas da casa: “Quando uma novela não vai bem é importante que se mande a heroína ao pelourinho, e então o público todo acompanha seu sofrimento”. (MELO, 1988, p.51)

Na busca por atingir um público cada vez mais abrangente, visando receitas mercadológicas e anunciantes, a Rede Globo produz novelas para diferentes segmentos socioculturais e zela, de acordo com Melo (1988), pela utilização de três elementos fundamentais em suas produções. O primeiro deles trata da linguagem coloquial e de fácil entendimento. O segundo ponto se relaciona a escolha de personagens, geralmente de classe média, com o qual um contingente maior da audiência pode se identificar, além de gerar propaganda de produtos destinada a este grupo. E, por fim, o terceiro elemento diz respeito à presença constante do mito da ascensão social, responsável por catalisar desejos e aspirações, inflando o público de esperança em benesses econômicas. Ao longo da trama, esses elementos se confluem em diversos núcleos, mobilizando diversos personagens-símbolos (velhos, crianças, empregados, empresários, suburbanos), de modo que toda a família possa se envolver com o enredo.

Para envolver a maior quantidade de telespectadores, as formas culturais apresentadas na televisão tendem a certo sincretismo, a fim de eliminar conteúdos capazes de dividir o público. Essa suposta homogeneização, na visão de Sodré (1981), abala os conteúdos da ficção ao sincretizar coisas tão diversas quanto real e imaginário. Pois ao atribuir tratamento estético romanesco e dramatizar fatos reais, ao tempo em que trata com aparato técnico-formal da informação jornalística o campo do imaginário, a fantasia seria reduzida a um reflexo invertido do real. Embora exista uma grande distância entre o mundo real e sua imagem no vídeo, esta extensão não é sanada apenas pelo imaginário. Mas pela restauração familiar do contato perdido, através da saturação propiciada pela redundância da relação mantida com as informações.

A telenovela brasileira é um dos melhores exemplos desse drama especificamente televisivo, em que se percebe o imaginário comandado pelo princípio de realidade ou pelo real histórico, desde as exigências eventuais da produção de tevê ou da censura até a incorporação no enredo de fatos correntes do noticiário jornalístico. O texto da telenovela brasileira é pontilhado de alusões a situações reais contemporâneas e mesmo condicionado por tais situações, que vão desde fatos noticiosos até livros ou filmes em destaque. (SODRÉ, 1981, p.79)

Sodré (1981) também pontua a circunstância de identificação propiciada pela dramatização da informação. Para tanto, cita uma pesquisa da *Oxford University Press* (1958), em que Hilde Himmelweit observou que as mensagens televisivas destinadas a crianças só foram bem aceitas se apresentadas de tal maneira que abordassem ideias e valores para os quais elas foram emocionalmente preparadas. Ou seja, o fictício pode causar mais impacto do que o factual, desde que seja mais familiar e enfoque aquilo que a criança está acostumada a vivenciar. “Uma hipótese a se formular a partir daí é que não importa a quantidade de perigo ou violência mostrada pela tevê às crianças, mas a situação de violência, isto é, sua relação com a experiência real ou informativa do público.” (SODRÉ, 1981, p.80).

A incorporação do real, regida pela moral doméstica, reproduz aquilo que já está em voga na sociedade. De acordo com referências legitimamente aceitas, a tendência é a de sempre reproduzir a ideologia dominante, com algumas brechas para provocações²⁵ ou polêmicas. Sendo assim, dificilmente a televisão (aberta) e seus produtos poderão ser considerados de vanguarda, pois o risco de trabalhar um código inovador envolve perder a sintonia com os segmentos preponderantes de mercado. Para Sodré (1981), no caso da telenovela brasileira, a moral doméstica e trivial impera em toda sua elaboração, onde problemas sociais, conflitos políticos são representados através de relações interpessoais e familiares, sintonizados com o valor de mercado do produto ficcional final.

A telenovela brasileira, com seu inegável apuro técnico (caso da TV Globo), é um bom exemplo desse drama da moral doméstica, jornalisticamente atento aos fatos reais, <<arte>> estruturada por técnicas simples de narração e mais próxima do mundo da palavra (logo, do rádio) do que das imagens em sua autonomia. A realidade que a telenovela restitui a seu público é a realidade (sonhada) da moral caseira, convenientemente administrada pelo *médium*. Através dela percebe-se claramente, porém, que a tevê tem muito pouco de decantada <<janela para o mundo>>, sendo antes o espelho deslumbrante da ordem de produção. (SODRÉ, 1981, p.83)

Um dos indicativos artísticos da telenovela ao retratar recortes da realidade, diz respeito à potencialidade de consumo tanto da obra em si, quanto de outros bens ligados à produção (seja no intervalo comercial ou no uso de *merchandising* dentro da trama). Assim, aperfeiçoam-se técnicas para lidar com o mercado consumidor (pesquisa de público e

²⁵Podemos pensar na demora das telenovelas da Rede Globo em veicular o famoso (antes mesmo de efetivamente acontecer) beijo gay. Várias tentativas foram abortadas por receio de retaliações por parte do público, tendo em vista que a telenovela global é definida como um entretenimento voltado para “toda a família brasileira” ou o que se entende legitimamente por essa “família”.

rastreamentos de audiência). Na visão de Távola (1996), essa relação é ambígua, pois se por um lado limita o produto artístico a sua eficácia mercadológica, por outro democratiza a possibilidade de comunicação. Sai do âmbito exclusivo do artista e se coloca para o universo do público. “O padrão mercadológico não pode ser visto com desdém, como ainda é por setores do poder cultural. Tampouco deve ser reverenciado como fazem os setores produtivos.” (TÁVOLA, 1996, p.08)

A estreita ligação entre produção novelística e mercado deixa indícios da reciprocidade mantida com o público consumidor, uma vez que nesta relação mercadológica pesa a demanda cultural advinda dos próprios telespectadores com seus anseios e expectativas (embora a própria telenovela forme gosto e padrões junto ao público, de acordo com suas formas representacionais). Ou seja, na produção de uma telenovela, ficção e realidade se unem a fim de cooptar a identificação do público e, por conseguinte, gerar lucros com audiência. Assim, vemos o quanto a telenovela pode acomodar temas atuais e afinados com a sociedade e cultura em que se insere.

Mas mesmo partindo de conteúdos mais sincréticos, com temas médios e cotidianos, aptos a angariar a identificação e empatia de muitos, uma parte expressiva de brasileiros fica de fora das representações no vídeo. As telenovelas globais tem se dedicado a ambientes mais urbanos, divididos entre Rio de Janeiro e São Paulo, com problemáticas mais compatíveis à classe média. Não obstante, ainda assim consiga conquistar audiência e simpatia de outros segmentos socioculturais, principalmente por tratar de temas quase universais, como o amor, por exemplo.

De toda a forma, embora com todo o realismo e atualidade que se pretende dar as tramas globais. Sobretudo de acordo com o alto padrão de qualidade técnica e artística da emissora, é preciso compreender que a telenovela não se porta como fiel espelho da realidade. Tanto pela instabilidade do real, em constante transição, quanto pela sua pluralidade e diversidade que encerram um grau de complexidade atravessado pela singularidade da experiência da vida cotidiana. Sem falar dos critérios e padrões próprios da telenovela, que apresentam empecilhos para a aproximação com a realidade em alguns pontos. Ficcionalmente, o que vemos na tela são recortes da real, magistralmente arquitetados com fins mercadológicos.

Finalmente, no folhetim brasileiro, marcado pela íntima relação com o público, a narrativa é construída utilizando como principal referente a realidade sociocultural em que está inserida e da qual se porta como constituinte. Em outras palavras, ao tempo que a ficção

novelística é composta por elementos reais e contemporâneos da cultura brasileira, ela também se posiciona como instância participativa do processo de construção da própria realidade cultural que constrói nas telas.

2.3 Ficção e realidade: representações e construções da sociedade contemporânea

A telenovela, na qualidade de produto televisivo mais acompanhado do Brasil, congrega em suas potencialidades midiáticas a capacidade de constituir sistemas de representações, pois ao aliar ficção e real em suas narrativas, atua como movimentadora da produção de sentidos na sociedade em que está inscrita. Ao tempo em que o enredo ficcional utiliza a realidade cotidiana na sua composição, a realidade social incorpora elementos ficcionais em sua construção, abalizando um universo dialético de edificações de sentidos, possibilitado de acordo com as representações que encena.

Para Kehl (1986), uma das sacadas mais geniais da telenovela foi a de inserir a realidade brasileira na tela, pois ao representar enredos familiares e com perspectivas domésticas, ela não rompe com o cotidiano do público, mas o prolonga. A causalidade dramática com que a montagem encadeia ações corriqueiras, expressões comuns, diálogos simplórios e a própria naturalidade com que insere anúncios comerciais entre cenas importantes, denota uma linguagem que se aproxima do tempo do telespectador. “Seu desenrolar lento, num dia-dia parecido com o do telespectador, oculta a condensação que produz o efeito dramático numa profusão de banalidades domésticas e corriqueiras (“tal qual como na vida, argumentaria titia Janete Clair)” (KEHL, 1986, p.278)

Quanto mais familiar o conteúdo do vídeo se torna para as pessoas, maior a participação das representações construídas pela telenovela na formação de gostos e comportamentos. O realismo que tomou forma com a exibição de Beto Rockfeller, logo foi aperfeiçoado em um naturalismo altamente sofisticado, conforme as possibilidades estruturais de mimetizar o real para as telas como extensão da experiência cotidiana. “Extensão da experiência: aquilo que reproduz a vida tal qual como estamos acostumados, reproduzindo também nossa maneira de perceber o real.” (KEHL, 1986, p.278) As representações da telenovela invadem e contribuem para a construção da realidade, da qual faz uso em seus enredos.

Os sistemas de representações servem para relacionar cultura e significado, por essa razão os universos de sentidos proporcionados pelas representações são responsáveis por

classificar e organizar as experiências vividas pelo sujeito. De acordo com Woodward (2000), a representação abrange as práticas de significação e os sistemas simbólicos através dos quais os significados são elaborados, posicionam-nos como sujeito. “É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos.” (WOODWARD, 2000, p.17).

Os sistemas simbólicos constituídos por meio das representações atuam na construção da vida social e dos próprios sujeitos, de acordo com processos culturais que possibilitam questionamentos a respeito de sua identidade: “Quem eu sou? Quem eu posso ser? O que eu quero ser?” Uma vez que os textos e conteúdos disponibilizados pelas representações favorecem a edificação de lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar perante os demais. Lembrando que as formas de representações utilizadas nesse processo, mediadas pela linguagem, podem tanto ser as da realidade factual, como a das narrativas veiculadas nos meios de comunicação, mesmo as ficcionais.

As representações como partícipes da configuração social e de sujeitos podem apresentar naturezas distintas. Segundo Simões (1986), algumas são mais rijas e cristalizadas, favorecendo a consolidação de estereótipos, que são representações que cerceiam os sentidos. Geralmente baseadas em visões maniqueístas de bem e mal, certo e errado, herói e vilão. Mas em compensação, existem outros tipos de representações que não se restringem apenas aos estereótipos, pois não remetem apenas a um estreito campo de sentido. Por não serem tão inflexíveis, essas representações podem ampliar os universos simbólicos, permitindo ressignificações e apontando caminhos alternativos para o que foi representado. “Nas representações que apresentam essa natureza mais móvel, os polos se diluem em matizes que ultrapassam o engessamento de pares antitéticos.” (SIMÕES, 1986, p.04)

Tanto as representações estereotipadas, quanto as representações mais flexíveis, apresentam-se na relação entre ficção e real que a telenovela transpõe para a tela. Ao utilizar elementos da realidade em seus enredos, os produtores de telenovela estabelecem uma correspondência com a vida social, conduzindo os telespectadores pelos caminhos construídos através da narrativa. No entanto, conforme Hall (2003), os momentos de codificação e decodificação apesar de relacionados, são distintos. Na produção e recepção do discurso significativo dos meios de comunicação agem as estruturas de sentido, compostas por referenciais de conhecimento, relações de produção e infraestrutura, podendo ocorrer mal-entendidos e distorções, relacionados à diferença da constelação de sentidos utilizada por cada

parte do processo de comunicação. Assim, no intercâmbio entre as representações construídas pela ficção e as da realidade, podem incidir concordâncias, negociações ou oposições.

Desta maneira, o universo das representações engloba não apenas o que está representado, mas todo o material simbólico negociado com seus interlocutores. No caso da telenovela, de acordo com a íntima relação entre realidade e ficção e a proximidade mantida com os telespectadores, podemos compreender a dinamicidade desse processo de construção social da realidade e de configuração de imaginários por meio das narrativas. Pois através das representações veiculadas, pautadas na realidade, a telenovela procura conformar visões de mundo que, em geral, remetem a visões mais herméticas, que indicam campos de sentidos mais restritos, reduzindo o universo simbólico do que é representado.

Geralmente, na telenovela (de acordo com um traço que vem desde a influência das *soap operas*), mesmo os mais complexos dilemas éticos e os mais profundos confrontos amorosos e familiares são apresentados de acordo com a utilização de estereótipos. Conflitos importantes reduzidos a simples binarismos. Contudo, existem alguns espaços para inovação, principalmente em uma tendência atual, em que as telenovelas proporcionam representações mais flexíveis, que se dispõem a alargar o campo de sentido do telespectador, promovendo ressignificações. “Ou seja, as telenovelas podem apresentar universos simbólicos em que certos dilemas binários se diluem na constituição das narrativas. Com isso, elas podem [também] alargar a experiência humana...” (SIMÕES, 1986, p.06).

Para Vassalo Lopes (2009), a televisão (e, por conseguinte a telenovela) pode ser apontada como importante vetor de reprodução e representações que perpetuam alguns graus de desigualdade e discriminação no Brasil. No entanto, em contrapartida, ela também é responsável por nutrir um repertório comum, através do qual pessoas de diferentes grupos se posicionam e se reconhecem umas às outras. As representações da telenovela favorecem a constituição de uma espécie de comunidade nacional imaginada, não somente por meio de consenso, mas também pela diversidade de interpretações de sentidos, em constante atualização. Ao trabalhar em cima de conteúdos disponíveis a todos, a telenovela capta, compartilha e expressa um conjunto de valores culturais, que inspiram a arguição de imaginários.

Nesse sentido, a televisão, e a telenovela em particular, são emblemáticas do surgimento de um «novo espaço público», no qual o controle da formação e dos repertórios disponíveis mudou de mãos, deixou de ser monopólio dos intelectuais, políticos e governantes, ou seja, dos titulares dos postos de comando da sociedade. (VASSALO LOPES, 2009, p.23)

Entretanto, esse “espaço público” que sai do monopólio de algumas agências de controle, ascende sob o suporte do setor privado, onde, não por mera coincidência, a telenovela tornou-se o produto de maior rentabilidade e de retorno lucrativo. Pois em meio aos jogos de interesses comerciais, de acordo com o poder de penetração da telenovela, seus enredos acabam por privilegiar alguns assuntos e não outros, bem como comportamentos e produtos. Analisando a trajetória desse produto midiático a partir dessas categorias, Vassalo Lopes (2009) classifica o período de 1960 a 1980 como estruturado em torno de representações que formavam uma matriz imaginária capaz de sintetizar a sociedade brasileira em seu movimento modernizador, através de narrativas em que as representações traduziam as angústias privadas das famílias de classe média das grandes cidades, principalmente Rio de Janeiro e São Paulo.

Todavia, a partir dos anos 80, conforme a mudança de contexto social e cultural, encabeçada pelos movimentos sociais e pelo processo de globalização, e também incitada pela concorrência de outros canais (sobretudo da TV por assinatura), a telenovela começou a se distanciar da matriz modernizante de outrora, concedendo abertura para representações mais diversificadas. De acordo com Vassalo Lopes (2003), entrou em cena uma narrativa caleidoscópica, mais pluralizada sobre o cotidiano vivido pelos brasileiros. Uma das características mais sobrelevantes da telenovela brasileira trata da sua capacidade em acompanhar o cenário cultural em que se situa, quase sempre em sintonia com as fatias mais significativas (e rentáveis) do público.

A preocupação com a rentabilidade da trama, que perpassa a identificação estabelecida com o telespectador, tanto pode pender para o lado mais conservador, como também pode abrir caminhos para discussões vanguardistas - contanto que gere consumo em cima das representações veiculadas pelo enredo. A circunstância de identificação, segundo Kehl (1986), baseia-se na redundância de informações do cotidiano e na construção de personagens envolventes e está presente em todas as partes, amarrada à familiaridade com as relações representadas podem ser facilmente reconhecíveis. Por exemplo, o telespectador pode não se identificar com o vilão da trama, mas se ele reconhece as relações estabelecidas pelo vilão, então ele se identifica. “A principal cumplicidade do autor com o público se dá em relação a seu repertório cultural – é nesse lugar que se dá a identificação com a novela.” (KEHL, 1986, p.285)

Ao fornecer uma agenda temática de representações do Brasil, que vai desde a intimidade privada dos brasileiros até os problemas sociais, a telenovela opera na arguição do

imaginário nacional. Foi assim nos anos 60 e 70, quando atuou na formação de novos hábitos da população, sobretudo naqueles ligados ao consumo de bens. E permanece “lançando moda”, mesmo com a ascensão e influência de outras plataformas, como a internet²⁶. A força e penetração do produto midiático da telenovela chama atenção pelos modelos que dispõe e as identificações que possibilita, segundo Woodward (2000):

A mídia nos diz como devemos ocupar uma posição-de-sujeito particular – o adolescente “esperto”, o trabalhador em ascensão ou a mãe sensível. Os anúncios só serão “eficazes” no seu objetivo de nos vender coisas se tiverem apelo para os consumidores e se fornecerem imagens com as quais eles possam se identificar. (WOODWARD, 2000, p.18)

Tudo isso porque o espaço de problematização que a telenovela congrega e a experiência de troca com o público trazem consigo uma repercussão mobilizada diariamente como uma “verdadeira rede de comunicação, através da qual se dá a circulação de seus sentidos e gera a chamada ‘semiose social.’” (VASSALO LOPES, 2009, p.32). Os comentários e as informações sobre a narrativa ficcional não atingem somente os telespectadores assíduos, mas se espalham e circulam em diversas rodas de conversas, pautam assuntos do cotidiano e levantam debates até mesmo em salas de aula.

As pessoas, independentemente de classe, sexo, idade ou região acabam participando do território de circulação dos sentidos das novelas, formado por inúmeros circuitos onde são reelaborados e ressemantizados. Esse fenômeno leva-me a afirmar que «a novela é tão vista quanto falada», pois seus significados resultam tanto da narrativa audiovisual produzida pela televisão quanto da interminável conversação produzida pelas pessoas. (VASSALO LOPES, 2009, p.29)

Toda essa mobilização em torno da telenovela demonstra que como gênero de entretenimento, ela extrapola o simples lazer e se entranha na rotina do público, com suas representações e construções da realidade, conforme a experiência comunicativa, social, estética e cultural que agrupa. Suas narrativas, à medida que acompanham os valores e formas culturais, também contribuem na edificação da realidade cultural. É assim que a telenovela, ao dispor de modelos ideias de cultura contribui para a constituição de uma cultura com características narcísicas, a mesma que representa em seus enredos. Seria o caso da telenovela *Sangue Bom*, a qual analisaremos nas próximas páginas deste trabalho.

²⁶ Aliás, a interação com a internet foi um dos pontos que a telenovela soube captar muito bem, de acordo com a utilização de sites e blogs complementando o conteúdo exibido na televisão.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Referencial teórico-metodológico: Estudos Culturais britânicos

Para analisar a representação do narcisismo contemporâneo na telenovela *Sangue Bom*, nos baseamos na referência teórico-metodológica fornecida pelos Estudos Culturais²⁷, sobretudo na sua corrente originária, a britânica. De forma geral, os Estudos Culturais são caracterizados por sua natureza interdisciplinar e pela configuração de um espaço alternativo para pensar a interseção entre cultura, poder e sociedade. Embora não se trate de uma tradição de estudos que se dedique a examinar somente os meios de comunicação, os Estudos Culturais contribuem para pensar este veículo de acordo com o viés crítico cultural, tomando por base as estruturas sociais.

Nesta vertente de estudo, a mídia é encarada mediante o relacionamento com outras instituições da sociedade, e seu conteúdo e desenvolvimento são compreendidos como reflexos dessa relação. Também interessa a esta corrente, a compreensão dos meios de comunicação dentro da esfera cultural, com suas representações e visões de mundo. Ao analisar o produto telenovela, levamos em consideração o padrão mercadológico que interfere diretamente no seu formato e conteúdo. Além dos padrões ético-culturais em voga na sociedade brasileira e que também se portam como parâmetros norteadores.

Para Wolf (1995), os estudos culturais dos meios de comunicação devem ter como objetivo a compreensão do diálogo que se estabelece entre sistema cultural, continuidades, rupturas, transformações. Deve-se também levar em conta o caráter dinâmico dessa relação (estruturas – meios), que não ocorre de maneira estática, mas se molda de acordo com pressões e contradições que irrompem na própria sociedade.

Os Estudos Culturais se afastam do pensamento elaborado na Escola de Frankfurt, responsável por vincular a produção dos meios de comunicação a serviço de fins políticos e econômicos, confluindo para uma pura dominação ideológica. Para os estudiosos da cultura,

²⁷ Embora com algumas disjunções teóricas, a bibliografia fundadora dos EC contou com as publicações de *The Making of the English Working Class* (1963), de Edward Palmer Thompson; *Culture and Society, 1970 – 1950*(1958), de Raymond Williams; e *The Uses of Literacy* (1957), de Richard Hoggart. Para Stuart Hall (2003), os textos precursores, sejam de caráter histórico ou contemporâneo, constituíram respostas às pressões imediatas do tempo e da sociedade em que foram elaborados. Pressões como a divisão (e segregação) de classes, os avanços tecnológicos, as demandas dos meios de comunicação, os impactos socioculturais do capitalismo e a crise das identidades nacionais.

“a política é, em si, fato cultural. Culturaliza-se o fato político e, dialeticamente, politiza-se a manifestação cultural”. (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, p.129).

Para entender os processos dos meios de comunicação, pode ser evocado o fator político-econômico. No entanto, este sozinho não dá conta de aspectos mais profundos (e pertinentes) sobre o produto, produção e consumo midiático, necessitando de uma análise sociocultural mais apurada da conjuntura. Desde o seu surgimento, os EC²⁸ se preocuparam com a questão da dominação cultural, que seria a dominação de modos de vidas, significados e valores - assim como encarou a sua vertente culturalista²⁹. Mas com o acréscimo do pensamento de Gramsci, a própria cultura passou a ser denominada como lugar de transformação social e resistência, não apenas de dominação e controle.

Nos EC, a mídia pode ser considerada como agente dinamizador das culturas, porque atua e institui-se através do plano simbólico. As preferências, gostos e comportamento do público correspondem a fatores sociais e culturais que, numa via de mão dupla, acabam influenciando o conteúdo dos meios. Ao tempo que os conteúdos podem imprimir sentidos sobre a realidade e influenciar o público em seus gostos e comportamentos. Assim como a relação de cumplicidade mantida entre telenovela e seus telespectadores.

Diferentemente da versão da análise crítica que apregoa a dominação ideológica de conteúdos, os EC reforçam a importância das criações culturais e todo o caráter transformador contido nestas. Se os meios de comunicação acabam por refletir as condições sociais e o contexto histórico-cultural em que estão inseridos, não é só de dominação que se pode falar, mas de questões culturais de negociação e resistência estabelecidas em constante tensão no seio da sociedade.

Polistchuk & Trinta (2003), definem os EC como uma abordagem culturoológica da visão crítico radical, capaz de revisar as falhas da teoria crítica. Na teoria crítica, o receptor, por exemplo, pode ser representado por agente apático e vazio, integrado a grande “massa”. Já nos EC, o receptor é encarado como detentor de um repertório cultural que ajuda a processar,

²⁸ Abreviação de Estudos Culturais.

²⁹ Para Hall (2003), os EC estão assentados sob dois paradigmas: o culturalista e o estruturalista. “Em suas divergências, assim como em suas convergências – eles enfocam o que deve ser o problema central”. (HALL, 2003, p. 147) A ideia de cultura como responsável por entrelaçar a todos nas práticas sociais e como uma forma comum da atividade humana, onde o ser-humano faz história; foi contestada com o surgimento da vertente estruturalista. O estruturalismo pensou a cultura como categoria e quadro de referência linguístico e de pensamento, através da qual os seres-humanos classificariam suas condições de existência. O paradigma culturalista, apresentado pelos pioneiros dos EC, se apoia em uma visão materialista cultural, encarando a cultura como processo integral de vida, instrumento de descoberta e de luta para a transformação social.

captar ou refutar as mensagens dos meios de comunicação. Na teoria crítica, a ação das mensagens no receptor se limita a manipulação e mera ação ideológica, sem espaço para resistência e transformação, como preveem os EC. “Comunicar não é manipular por meio de símbolos, mas intensificar, renovando-a, a uma troca simbólica”. (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, p.130).

A crítica da mídia, elaborada dentro da perspectiva dos EC, revela a compreensão de uma recepção ativa³⁰ e rompe com a visão marxista ortodoxa, que previa tanto os conteúdos dos meios de comunicação como meramente ideológicos, quanto a passividade amorfa do público em aceitar acriticamente esse conteúdo. No caso específico deste trabalho, ainda que não se adentre as pesquisas de recepção, essa característica fica bastante evidente quando o *feedback* mantido com o público vai dando encaminhamento à trama. Com aqueles temas ou núcleos sem pontos significativos de aceitação ou audiência que vão sendo transformados ao longo da exibição. O público se porta como uma espécie de “co-autor”.

Por fim, uma das principais contribuições dos EC para analisar o produto da telenovela é a de que, enquanto produto midiático próximo do seu público, esta não deve ser meramente associada como instrumento da ideologia dominante, mas deve ser encarada como uma representação das próprias disputas e conflitos que acontecem no âmago da sociedade. A necessidade de vender a telenovela (tanto em relação à audiência, quanto aos anunciantes) faz com que ela se apresente como eco da vivência social - seja através de produções conservadoras ou que transgridam com convenções. Se vivemos em uma cultura com proposições narcísicas, como a telenovela, baseada na cultura em que está alocada, representa essa circunstância nas telas? Com esta finalidade, utilizaremos o método de Estudo de Caso e as técnicas de análise fornecidas pela análise textual.

³⁰ Para Hall (2003), a produção e recepção das mensagens televisivas não são momentos idênticos, embora estejam relacionados. “Em um momento “determinado” a estrutura emprega um código e produz uma “mensagem”; em outro momento determinado, a “mensagem” desemboca na estrutura das práticas sociais pela via de sua decodificação.” (HALL, 2003, p.390). Na produção e recepção (codificação e decodificação) do discurso significativo dos meios de comunicação agem as estruturas de sentido, compostas por referenciais de conhecimento, relações de produção e infraestrutura técnica. Desta maneira, podem ocorrer mal-entendidos e distorções, relacionados à diferença da constelação de sentidos utilizada por cada polo do processo.

3.2 Estudo de Caso

Como modalidade de pesquisa, o estudo de caso compreende a reunião de informações acuradas sobre um dado fenômeno. Este procedimento, pautado em uma abordagem qualitativa, visa o envolvimento profundo e detalhado em um ou poucos objetos, contudo, sem deixar de lado o entendimento contextual do todo. Quando decidimos estudar a representação da subjetividade contemporânea na telenovela, sobretudo acerca do narcisismo, sabíamos que precisariam ser feitas algumas escolhas mais delimitativas, que nos permitissem analisar exaustivamente um objeto particular.

Segundo Goode e Hatt (1979), o estudo de caso contribui para coordenar dados, compreendendo o objeto analisado em sua abrangência e unicidade. Embora a amostra apresente uma espécie de completude em si mesma, ainda assim, necessita de uma perspectiva mais ampla que ampare o estudo mais restrito. Dessa forma, através do estudo de caso, se ambiciona analisar uma unidade específica, pautada nas características importantes para o objeto geral de estudo da pesquisa. Ou seja, esse tipo de investida ressalta a relevância da interpretação contextual. Pois uma premissa básica se baseia no entendimento de que uma compreensão mais completa do objeto só é possível se for levado em consideração o contexto no qual se insere. Em consonância com esse pressuposto, procuramos descrever o objeto geral, a “telenovela”, e o objeto específico e ilustrativo escolhido para a análise mais detalhada, a telenovela *Sangue Bom*.

Para escolher o caso a ser analisado, partimos de uma série de critérios pré-estabelecidos contextualmente, a fim de dar conta da proposta inicial: analisar a representação da subjetividade contemporânea, especialmente acerca do narcisismo, na telenovela. Primeiro, optamos por analisar uma telenovela produzida pela Rede Globo de televisão, compreendendo a importância do padrão de excelência conquistado por essa emissora, que se apresenta como principal referência quando se fala em teledramaturgia nacional. As produções da Rede Globo são exportadas para todo o mundo e, nacionalmente, são responsáveis por congregar as maiores fatias de público. Também pesou a questão da audiência, diretamente ligada à proximidade e identificação do telespectador, que atua na produção de temáticas mais rentes ao contexto sociocultural do país.

Das quatro produções diárias apresentadas por essa emissora, escolhemos o horário das sete horas, tanto pela escassez de pesquisas que deem conta das produções dessa faixa (geralmente as pesquisas em telenovela preferem o horário nobre), quanto pelas temáticas

envoltas de humor e atualidade, direcionadas ao um público-alvo jovem, mais familiarizado com as mudanças na sociedade contemporânea. Nesse caso, o modo de assistência específico dessa faixa de horário acabou sendo preponderante para a escolha.

Por fim, a seleção do material a ser analisado priorizou duas diretrizes principais: período e temática. O recorte temporal foi definido conforme a atualidade da produção e o tempo hábil para a execução da pesquisa, nesse caso, a telenovela selecionada deveria ter sido exibida entre o final de 2012 e, no máximo, o primeiro semestre de 2014. Em conformidade a esse critério, reunimos três opções de escolha: Guerra dos Sexos (1º de outubro de 2012 - 26 de abril de 2013); Sangue Bom (29 de abril de 2013 – 1º de novembro de 2013) e Além do horizonte (04 de novembro de 2013 – 02 de maio de 2014). Na questão de enredo e tema, adotamos que as telenovelas com temáticas mais voltadas para questões urbanas seriam mais interessantes aos propósitos da pesquisa, haja vista que as grandes cidades carregam mais possibilidades de conformar uma cultura de propriedades narcísicas, de acordo com a maior concentração de apelos consumistas e tecnologias midiáticas. Dentre as três novelas pré-selecionadas, uma análise prévia apontou que a trama de Sangue Bom contemplava com mais êxito as resoluções adotadas, tendo sido a escolhida para análise.

Procuramos promover a discussão e interpretação de como a telenovela, enquanto produto midiático que mantém estreita relação com o público, representa características da subjetividade contemporânea, sobretudo acerca das questões que envolvem o narcisismo. Levamos em consideração a possibilidade dessa correspondência, já que a telenovela expõe nas telas direcionamentos socioculturais em voga na sociedade, conforme sua capacidade de representar temas da realidade social para o construto ficcional. Para tanto, procuramos um objeto específico que tivesse em seu enredo alguns traços que indicassem o potencial de adentrar essa temática, por essa razão, a telenovela Sangue Bom foi escolhida para análise aprofundada. Mas a análise específica do produto é orientada pelos padrões e técnicas que regem este gênero midiático.

3.3 Técnicas de Análise Textual

Para análise das peças nos baseamos na análise textual-discursiva, compreendida como um processo organizado de edificação interpretativa. Com a análise textual-discursiva novos entendimentos surgem por meio de uma sequência composta por algumas fases, que envolvem a desconstrução dos textos, o processo de categorização (explícito ou não),

estabelecimento de relações entre os elementos averiguados e, por fim, a compreensão emergente da interpretação. (MORAES, 2003). Esse método visa o entendimento criativo e detalhado do objeto a ser pesquisado, de acordo com aprofundamento intenso do referencial teórico utilizado para análise.

Pensamos na análise textual-discursiva porque a telenovela congrega em sua produção a dialética formada na consideração da obra como valor estético e a sociedade como o contexto explicativo. Nesse caso, o elemento social pode direcionar as escolhas estéticas, porém o estudo da obra e das suas características estruturais possibilita que se compreenda melhor uma dada sociedade. (ANDRADE, 2000). Então, com a finalidade de analisar o contexto e as personagens construídas na telenovela, precisamos compreender a relação que se estabelece entre leitura e significação, onde um mesmo texto proporciona diferentes formas de ser encarado, pautadas nas intenções dos leitores, de acordo com o arcabouço teórico e referenciais semânticos a que se dispõe.

A diversidade de significados que emerge de um mesmo conjunto de significantes pode ser explicada pela variedade de pressupostos teóricos empregados por cada leitor. Uma vez que as leituras se inserem em determinadas perspectivas teóricas e pessoais, embora, muitas vezes, o próprio leitor negue ou tente se afastar dessa proposição em nome de uma pretensa imparcialidade. Para Andrade (2000), é preferível ter consciência dessa circunstância, a fim de tentar reduzir tanto quanto possível as leituras demasiadamente direcionadas e a subjetividade prejudicial, buscando tirar proveito da estrutura teórica e da subjetividade inevitável e necessária. Para análise do estudo de caso, procuramos nos basear nas construções teóricas elaboradas na execução inicial deste trabalho, realizadas com o propósito de fomentar uma discussão sobre a cultura contemporânea, subjetividade e narcisismo. É com base no conhecimento das teorias que se fundamenta o encaminhamento de uma pesquisa.

Uma das etapas, a categorização, que pode ser feita de maneira explícita ou não, compreende a comparação entre as unidades definidas no processo inicial da análise, levando a agrupamentos de elementos correlacionados. Os conjuntos de elementos de significação próximos constituem as categorias. A categorização, além de agrupar elementos correlatos, também sugere intitular e definir as seções, cada vez com maior rigor, na medida em que vão sendo elaboradas. Para Moraes (2003), essa explicitação das categorias se dá por meio do retorno cíclico aos mesmos elementos, no sentido da construção paulatina do significado de cada categoria. Pois toda categorização indica uma teoria, constituída a partir do referencial

teórico disponibilizado. Especificamente neste trabalho, as categorias estão presentes na análise do contexto sociocultural apresentado na telenovela e na análise do perfil (categorial) de cada personagem.

Depois da categorização, desconstrução e reconstrução, ascendeu um novo texto, emergente da análise. Este texto, de fundo descritivo e interpretativo, contém um esforço construtivo no sentido de ampliar a compreensão acerca do fenômeno investigado: o narcisismo contemporâneo de acordo com as representações de um produto midiático bastante próximo do seu público. Todavia, esse texto traz um movimento sempre contingente, inacabado, aberto a discussões e proposições, pois não se encerra na fronteira das conclusões. As considerações denotam significados possíveis dentro da estrutura teórica implementada para análise, mas, certamente, não são os únicos.

Efetivamente, analisamos 160 capítulos da telenovela *Sangue Bom* (exibidos entre 29 de abril e 1º de novembro de 2013), conforme o material disponibilizado integralmente no site da emissora (<http://gshow.globo.com/novelas/sangue-bom/videos/>). Optamos por acompanhar os capítulos diários divididos em várias cenas, com duração de 1 a 6 minutos cada, a depender da cena, a titulação do vídeo já deixava algum indício do que aconteceria. Todo o material analisado foi datado e catalogado, o que serviu para a construção das categorias sobre o contexto sociocultural construído na trama. Em seguida, foi realizada a análise das personagens. Optamos por fazer uma descrição aprofundada e depois um apanhado mais sucinto sobre as características narcísicas presentes em suas construções. Vale ressaltar que a análise se deu voltada com mais intensidade para as falas, uma vez que a construção novelística ainda traz a marca do fazer radiofônico, com ênfase na redundância promovida pelos diálogos.

3.4 Descrição geral do objeto: a telenovela e suas peculiaridades

Antes de adentrar as explicações sobre a telenovela “*Sangue Bom* (e as suas personagens)”, sentimos a necessidade de aprofundar alguns esclarecimentos acerca das características que envolvem a categoria geral da telenovela, principalmente as da Rede Globo. Pois apesar de ser considerada uma obra ficcional, a telenovela em muito se diferencia de uma obra de ficção literária, por exemplo, porque congrega áudio e vídeo em sua produção. Mas também se distingue do cinema, que mesmo com o recurso audiovisual, apresenta ao público a obra pronta, enquanto a telenovela é gravada simultaneamente à

resposta do público. “É dos raros campos da criação dramática em que o *feedback* opera e influi concomitantemente à criação. Ajustar-se as respostas do público é sua instigante característica.” (TÁVOLA, 1996, p.33) Mas além da particularidade da produção simultânea, outros traços característicos sugerem pontos relevantes que precisam ser levados em consideração ao analisá-la.

Como gênero televisivo popular e recheado de representações, a telenovela pode ser encarada por diversas facetas. Seja pelo seu ângulo cultural, artístico, seja pelo lado educativo, através do viés ideológico, comercial ou como mero produto da indústria cultural. Optamos por encarar a telenovela em sua complexidade, como um produto polissêmico, que une padrões mercadológicos, artísticos, produtivo-tecnológicos e ético-culturais (TÁVOLA, 1996) – pois compreendemos que todos esses padrões contribuem para que este gênero tenha significativo alcance na sociedade brasileira. Embora não adentremos empiricamente as pesquisas de produção e recepção, a análise do produto telenovela prescinde da compreensão de todos os vetores que atuam em sua elaboração.

De acordo com Távola (1996), para o entendimento deste gênero televisivo faz-se necessário compreender a inter-relação mantida entre os seus quatro padrões norteadores. O primeiro deles, o padrão **mercadológico**, se encarrega de unir o produto-programa à exigência de se adequar à vontade, necessidade e universo conceitual do público. Nas televisões comerciais, voltadas para a venda de bens de consumo, como o caso da Rede Globo, esse padrão de mercado tem especial destaque, tanto que se torna praticamente impossível analisar a telenovela, sem se atentar para a lógica comercial que a norteia. Desde cedo, a Rede Globo percebeu a grande lucratividade deste gênero, que tira o alto investimento da sua produção nos primeiros meses de exibição. Assim, nesta emissora, as telenovelas são fabricadas com a capacidade comercial de se relacionar com público e anunciantes, através do estímulo de consumo (tanto de bens materiais, quanto de referências).

Essa relação de proximidade estabelecida com o telespectador revela um caráter comunicativo ambíguo, capaz tanto de democratizar a produção para o entendimento (e identificação) do grande público, quanto de limitar a criação artística, pela mesma razão. Enredos que não são bem aceitos pela média de telespectadores, têm suas colocações rearranjadas. Na telenovela Torre de Babel, escrita por Sílvio de Abreu, exibida em 1998, o casal homossexual, interpretado por Christiane Torloni e Silvia Pfeifer, teve de ser extirpado da trama³¹, mediante a desaprovação dos telespectadores. Segundo o autor, a sociedade

³¹ As duas morreram na explosão do Tropical Tower Shopping.

brasileira não estava preparada para assistir ao romance gay entre duas mulheres, por isso ele teve de recuar em seus propósitos iniciais.

Os dados coletados pelos departamentos de pesquisa e audiência da emissora, que rastreiam a aceitação e poder de penetração dos personagens, servem para guiar a produção novelística ao longo de sua exibição. Para Ortiz & Ramos (1989), a telenovela da Rede Globo sedimentou um procedimento quase científico em sua elaboração, com um controle racionalizado do produto lançado no mercado. É em relação ao público que surgem ações mais direcionadas dos que procuram controlar a telenovela, buscando não apenas organizar os consumidores como sujeitos apáticos, mas extrair deles elementos qualitativos para o próprio aperfeiçoamento do produto.

No entanto, as pesquisas de audiência não se direcionam apenas às preferências do público, mas também à qualidade (e aspirações) do telespectador, em relação ao seu poder de compra. O índice numérico do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) tem de estar atrelado ao potencial de consumo da audiência, a fim de que essas informações sejam atraentes aos anunciantes. Não por acaso, apesar do grande apelo popular e da diversidade de temas, a produção novelística insiste em certo direcionamento para a classe média do país, que, por sua vez, possui maior penetrabilidade para o anúncio de produtos nacionais.

O segundo padrão é o **artístico**, relacionado à forma com que a produção conquista determinado segmento da sociedade. “O que a Rede Globo denomina ‘padrão de qualidade’ não é propriamente o patamar de qualidade artística do produto-programa, mas o padrão de qualidade de produção.” (TÁVOLA, 1996, p.09) O padrão artístico diz respeito ao uso eficaz do produto dentro da televisão, não seu valor enquanto ‘arte’. A telenovela atinge um padrão artístico pelo seu nível de acabamento, pela sofisticação técnica-produtiva que lhe faz crível aos olhos do telespectador e porque assim consegue atingir com excelência o seu público-alvo. Ainda que não tenha o valor cultural exigido pelas elites intelectuais, ou mesmo com a utilização de velhas fórmulas, o padrão artístico visa operar sobre a sensibilidade de segmentos mercadológicos que deseja cooptar.

Para conquistar padrão artístico é imprescindível que o produto possua a dinâmica, estética, semântica, repertório cultural e linguagem do receptor a que se destina. Em outras palavras, é necessário que o produto fale a língua do seu público-alvo. Os códigos internos dos conflitos da telenovela têm de se situar no nível da experiência dos telespectadores, com recortes da sua realidade. Só assim a telenovela pode estar perto do seu público e com ele

compartilhar identificações, caso contrário, perderá seu status de produto com padrão artístico. No entanto, embora o conceito de “produto” subordine os elementos constituintes da telenovela, distanciando-a de uma verdadeira obra de arte, não impede que doses artísticas sejam utilizadas em sua composição.

Com a finalidade de captar padrão artístico, as telenovelas da Rede Globo utilizam uma linguagem acessível já que fala para um público diversificado, com o entrelaçamento de diálogos simples e de fácil entendimento. As personagens são construídas rodeadas em histórias envolventes e com caracterizações capazes de gerar simpatia e identificação, sem que seja necessário muito esforço para a sua compreensão. De acordo com Kehl (1986), para que o espectador consiga estar situado nessa variedade de informações e emoções, o recurso da redundância se torna indispensável. “Em cada capítulo somos mais ou menos informados sobre o que se passa com todos os personagens e seu grupo de referência. Capítulos mais densos (...) são alternados com outros em que quase nada acontece” (KEHL, 1986, p.280)

Da mesma forma com que problemas, confusões e situações intrincadas se resolvem facilmente, com apenas algumas coincidências, golpes de sorte ou com a mudança de atitude de alguma personagem importante do enredo. Nessa busca por uma linguagem ideal, Kehl (1986) pontua certa supressão de senso crítico, de um texto elaborado para não causar muita reflexão, mas adesão emocional. “Ela joga com o esquecimento, com a falta de distanciamento do espectador ante o ‘real’ que ela apresenta, numa sucessão de tragédias banais. O engenho do autor consiste em ir tirando as coisas dos seus lugares para em seguida recolocá-las onde estavam.” (KEHL, 1986, p.280)

O terceiro padrão, **produtivo-tecnológico**, impõe regras para a criação do produto telenovela. Basta pensar na inserção do videotape, que modificou a trajetória deste gênero televisivo, que passou para exibição diária, com a capacidade de cortes e rearranjos. Depois o surgimento de transistores e circuitos integrados, que deram mais confiabilidade para aos equipamentos e melhoraram o sinal do vídeo. Bem como as válvulas para captação de imagem, os editores e programadores eletrônicos e os gravadores de vídeo em disco, que permitiram sofisticar e incrementar a produção das cenas. (ORTIZ & RAMOS, 1989) Todas essas mudanças afetaram a construção da telenovela, uma vez que facilitaram as gravações externas³², agregando mais qualidade realística ao enredo.

³² As gravações de externas se tornaram quase que obrigatórias. Primeiro pela característica do realismo, mas também em favor do uso de *merchandising*. “São inúmeras cenas ditadas pelo imperativo econômico de se anunciar algum produto – restaurante, boates, refrigerantes.” (RAMOS & BORELLI, 1989, p.139) Atualmente, o que mais se vê são as externas que anunciam (discretamente) carros.

As inovações tecnológicas mexem com toda a produção da telenovela. Quando a gravação em cores foi possível, os cuidados adicionais não foram tomados somente por parte da equipe técnica, mas envolveram toda a equipe de direção e criação. Os figurinos, maquiagens, locações e iluminação tiveram que ser estrategicamente pensados para se adequar (e potencializar) as novidades relacionadas à tecnologia. A Rede Globo tem seu histórico marcado pelo pioneirismo em adotar mudanças tecnológicas nas suas produções. Assim como foi a primeira emissora a transmitir uma novela colorida, em 1973, também estreou a gravação e transmissão da primeira telenovela em alta definição no Brasil, com a telenovela *Duas Caras*, veiculada em 2008.

Tirar o máximo de proveito das potencialidades proporcionadas pelo uso da tecnologia acrescenta à trama mais possibilidades criativas e artísticas e, conseqüentemente, aproxima mais o público (sobretudo pelo artifício da verossimilhança). Conforme Távola (1996), se o potencial oportunizado pela evolução tecnológica é insuficientemente utilizado, certamente o produto final sairá afetado, principalmente em se tratando da audiência. Muitas características do produto telenovela são condicionadas pelo padrão produtivo-tecnológico, e a rapidez em implementá-lo tem de ser levada em consideração. Se uma telenovela tem recursos tecnológicos ultrapassados na captação de sons, em muito perderá para uma novela com máxima qualidade de sonorização, por exemplo.

Entretanto, por mais que as tecnologias envolvidas na produção das telenovelas da Rede Globo sejam de última geração, até mesmo se comparadas a grandes estúdios de produção audiovisual do mundo, ainda persistem algumas dificuldades para transpor a realidade para as telas na produção em série. As questões orçamentárias e as próprias barreiras que ainda não foram superadas pelo uso da tecnologia cerceiam alguns pontos que poderiam baratear os custos para trazer mais realidade à trama. Desta maneira, a telenovela se pauta pelo padrão produtivo-tecnológico, tanto em relação aos avanços, quanto a alguns entraves que, porventura, ainda não foram ultrapassados.

O último padrão, **ético-cultural**, incide sobre o valor, conteúdo e a finalidade do produto. Trata-se de quando os conjuntos de valores culturais e ético-sociais, compartilhados na sociedade, são tomados como referência para a construção das narrativas. Facilmente percebe-se que a telenovela está impregnada pelos ideais, princípios e traços da cultura para a qual a trama é produzida. Nesse sentido, Távola (1996) cita que é muito difícil encontrar uma cena de aborto na telenovela, pois do ponto de vista dos padrões ético-culturais aceitos no Brasil abortar ainda é questão polêmica.

Vale ressaltar que os padrões ético-culturais utilizados como referência, geralmente atuam em consonância com setores dominantes da sociedade. Em boa parte das produções, a telenovela faz uso de códigos já legitimados socialmente e, até certo ponto, conservadores. Mas não podemos ignorar movimentos vanguardistas alocados em pequenos espaços para inovação de debates. Pois em determinados momentos, a telenovela também incorpora tendências emergentes na sociedade, antecipando alguns temas. Ainda que, na maioria dos casos, o olhar seja lançado a partir de uma perspectiva dominante. Seria o caso do tratamento heteronormativo dado a representações de homossexuais, por exemplo.

As disputas, entrecruzamentos e tensões existentes no seio cultural, também povoam a criação ficcional televisiva. Entretanto, no caso da telenovela, podemos pensar toda essa gama de batalhas por valores ético-culturais, atrelada ao mercado e cerceada pelo poder que advém da audiência consumidora. Por isso a dificuldade em romper com visões dominantes de gordas fatias do público. “É o mercado quem delimita a autoridade dos produtores de cultura; sua força provém do êxito junto ao grande público.” (ORTIZ & RAMOS, 1989, p.158)

Um fato intensivo de relação com o público diz respeito ao impasse de natureza moral, em que podem ocorrer conflitos entre a expectativa do público e a reação das personagens. As questões morais movimentam a participação e engajamento dos telespectadores e dão o tom maniqueísta, do que seria o certo ou errado a se fazer, o que acaba distinguindo o vilão do mocinho. “O problema moral da trama da telenovela funciona como expressão dos desafios éticos presentes nas atitudes humanas sob forma de dúvida, perplexidade e conflito.” (TÁVOLA, 1996, p.35) Cada capítulo postula problemas morais relacionados ao que deve ser feito e como deve ser feito, utilizando como parâmetro referências ético-culturais bem aceitas pela sociedade. Mas a forma de conflito ético não é conceitual, nem orientado puramente pela cognição, mas pelo lado afetivo.

Até mesmo a característica marcante do *happy eng*, que vem desde a influência dos folhetins, passa pelos valores ético-culturais da sociedade. O final feliz, que coroa o encerramento do enredo das personagens, é sempre representado por circunstâncias socialmente legitimadas como marcadoras de sucesso, tal qual: casamento, filhos, ascensão financeira. Fica difícil analisar o produto telenovela sem se atentar para o encaminhamento prévio para o desenlace final. Não importa quantas voltas a trama dê, todas elas se dissolvem no grande final glorioso, onde as personagens casam, engravidam ou assumem uma posição confortável na escala social. Exceto os vilões, que se não se regeneram ao longo da trama, geralmente têm um fim trágico.

Vimos que os padrões mercadológicos, artísticos, produtivo-tecnológicos e ético-culturais atuam concomitantemente e colaborativamente no produto telenovela. Mas apesar de se cruzarem e se apoiarem, alguns padrões incidem mais do que outros. Neste caso, o padrão mercadológico toma a frente, praticamente subordinando os demais padrões. Porém não é de se estranhar a preocupação comercial, tendo em vista que estamos falando de um produto de exportação nacional e dos mais lucrativos da indústria televisiva. Estima-se que desde os seus primeiros anos na Rede Globo, ainda na década de 70, a telenovela tenha superado o faturamento da indústria automobilística brasileira. Então, não podemos esquecer a influência primordial da questão de mercado no conteúdo do produto que analisaremos, embora este também se relacione com arte, técnica, serviço e sociedade.

Finalmente, por se tratar de um produto midiático de apelo eminentemente popular, com fins mercadológicos e produzido em série (ao todo quatro novelas se revezam diariamente na TV Globo – quando uma está na metade da exibição, outra já começou a ser gravada), a telenovela pode ser comparada ao processo de standardização cultural pensado por Adorno e Horkheimer. Entretanto, deixando de lado a visão frankfurtiana, podemos pensar a telenovela não apenas pelo viés da homogeneização e superficialidade, mas como fenômeno cultural que carrega consigo certa dose de ambiguidade, embate e tensões, assim como a cultura em que está situada, pois funciona, em partes, como reflexo desta.

Como obra semi-aberta, de acordo com as exigências do mercado, a telenovela aciona e ativa a participação do público como poucos produtos midiáticos. E essa interação faz com que a relação mantida entre ficção e realidade seja bastante estreita, com abertura para atualizações próprias das mudanças na sociedade. Pois a telenovela trabalha em cima de uma conjuntura localizada no tempo e espaço em que é constituída. Assim, constantemente renova as imagens e os significados construídos a fim de galgar identificação. Basta olhar a diferença entre os cenários e as paisagens culturais representadas pelas telenovelas há 20 anos e as narrativas veiculadas hoje. Mesmo que se trate de novelas de época, há um olhar atual sobre velhos temas históricos.

3.5 Descrição específica do objeto: a telenovela Sangue Bom

A telenovela Sangue Bom é uma produção brasileira da Rede Globo de televisão, a 82ª exibida no horário das 19 horas. De acordo com Ferreira & Santana (2003), o horário das sete geralmente é direcionado a um público mais jovem, com histórias leves, atuais, românticas e

temperadas com humor. O enredo de Sangue Bom foi exibido ao longo de 160 capítulos, do dia 29 de abril a 1º de novembro de 2013, sucedendo o remake de Guerra dos Sexos e antecedendo Além do Horizonte. A telenovela foi escrita por Maria Adelaide Amaral e Vincent Villari, com a colaboração de Álvaro Ramos, Letícia Mey, Juliano Righetto, Marta Nehring, Rodrigo Amaral e Tati Bernardi. Com a direção de Maria de Médicis, Cristiano Marques e Luísa Lima e direção geral de Carlos Araújo, posteriormente substituído por Dennis Carvalho, também diretor de núcleo.

O enredo se passa na cidade de São Paulo, envolta de tendências de moda, publicidade e consumo. Quando pequenos, Bento (Marco Pigossi), Amora (Sophie Charlotte) e Fabinho (Humberto Carrão) se conheceram no lar de adoção do Tio Gilson (Daniel Dantas) e Tia Salma (Louise Cardoso), no bairro da Casa Verde. Mas o destino se encarregou de separar os três órfãos, Amora (inicialmente chamada de Mayara) foi adotada pela rica e inescrupulosa atriz Bárbara Ellen (Giulia Gam) e Fabinho foi adotado por uma rica família do interior, mas que logo faliu. Bento continuou no lar do Tio Gilson e fundou sua cooperativa de flores, a “Acácia Amarela”, juntamente com sua sócia Giane (Isabelle Drummond), vizinha e amiga de infância, que nutre uma paixão secreta por ele.

Amora cresceu rodeada de glamour e luxo e se tornou ilustre no circuito da moda, sendo reconhecida como a mais famosa *it-girl*³³ brasileira, carreira ferrenhamente incentivada pela mãe adotiva. Bárbara Ellen, por sua vez, é uma atriz decadente e encenqueira, que deu um golpe para casar-se com o famoso cineasta Plínio Campana (Herson Capri), com quem teve a sua única filha biológica, Malu (Fernanda Vasconcellos), que preocupada com causas sociais é o oposto da sua irmã Amora. As duas entram em conflito durante toda a trama, tanto pelas formas distintas de encarar a vida, quanto pela disputa por Maurício (Jayme Matarazzo) e Bento. Enquanto Malu é formada em pedagogia e possui uma organização sem fins lucrativos, a “Toca do Saci”, que atende crianças carentes, Amora é uma consumista declarada, possui um closet com centenas de pares de sapatos e não se importa muito com os problemas alheios. Bárbara Ellen adotou, ainda, Luz (Aline Dias), Kevin (Marcus Rigonatti) e Dorothy (Ayumi Irie), mas não liga para os filhos, só para Amora, que considera sua pupila.

³³ It-girl moça que anda com roupas, bolsas e sapatos da moda, mas tem algo único e exclusivo, que não está à venda em lugar algum: carisma, elegância e charme. (...) Por isso, uma verdadeira it-girl oferece às suas fãs não só um modelo de estilo, mas um conceito de vida a ser seguido. Ela é capaz de influenciar e cativar num passe de mágica! Praticamente tudo o que uma it-girl consome vira alvo de desejo: a roupa, o cabelo, a maquiagem, o sapato, o restaurante que frequenta e as viagens que faz. Trecho retirado do site da novela, acesso em 20/11/14: <http://tv.globo.com/novelas/sangue-bom/Fique-por-dentro/noticia/2013/04/do-closet-de-casa-para-o-mundo-entenda-o-que-e-uma-it-girl.html>

Depois do falecimento do seu pai adotivo, a família de Fabinho foi à falência, o que acentuou seus traços rebeldes, principalmente com sua mãe adotiva, Margot (Noemi Marinho). A chance de mudar de vida veio com a suspeita de ser filho biológico do cineasta Plínio Campana e da atriz Irene Fiori (Débora Evelyn), que ele viu em uma revista antiga usando um anel parecido com o que ele foi deixado no lar. Ao voltar para São Paulo em busca de seus verdadeiros pais e principalmente atrás do dinheiro deles, Fabinho finge ser rico para se reaproximar de Amora, assim como tenta conquistar a confiança de Bárbara Ellen e Natan Vasquez (Bruno Garcia) para destruí-los. Irene Fiori abandonou Fabinho recém-nascido porque passou por problemas psicológicos, depois que flagrou seu noivo Plínio Campana aos beijos com Bárbara Ellen, em uma armação arquitetada para separá-los. Mas Plínio não aguentou ficar casado com Bárbara por muito tempo, a futilidade e os ataques de estrelismo da atriz foram os principais motivos para que o cineasta a deixasse.

Natan Vasquez, um publicitário vaidoso, mulherengo e sem muito talento, dono da Class Mídia, é casado com Verônica (Letícia Sabatella), uma mulher equilibrada, romântica e dona da empresa de casamentos “Para Sempre”. Os dois são pais de Maurício, amor secreto de Malu, mas noivo de Amora. A *it-girl* leva a relação com interesses mais comerciais do que propriamente afetivos. Mas em decorrência de seu reencontro com sua paixão da infância, Bento, ela repensa se quer mesmo se casar com Maurício, ficando dividida entre a vida luxuosa ao lado dele ou a vida simples com Bento, que tem princípios rígidos sobre honestidade e condena a futilidade e o consumismo. Nesse triângulo amoroso entra em cena Malu, que apesar de apaixonada por Maurício, tem cada vez mais afinidades com o jeito socialmente engajado de Bento.

Gilson e Salma têm um único filho biológico, Érico (Armando Babaioff), um homem íntegro e que está de casamento marcado com a namorada de infância, Renata (Regiane Alves). Apesar de terem desativado o lar depois que Salma teve câncer, eles ainda cuidam do jovem grafiteiro Jonas (Sérgio Malheiros) e de Socorro (Tatiana Alvim), líder do fã clube de Amora, a quem considera sua musa inspiradora. O casal também é dono do “Cantaí”, um bar super divertido na Casa Verde, em que cantores amadores são convidados a subir ao palco. Nesse bar trabalham Rosemere (Malu Mader) e seu filho, Felipinho (Josafá Filho). Rosemere é uma mulher um pouco ingênua, turrone e batalhadora, que criou sozinha seu único filho, fruto de um breve relacionamento com Perácio (Felipe Camargo). Felipinho sonha em ser uma grande estrela de musical, mas fica famoso com um vídeo viral em que aparece fazendo uma paródia do funk da Mulher Mangaba (Ellen Roche).

Perácio, pai de Felipinho, é um pintor de quadros frustrado e covarde, filho de Glória Pais (Yoná Magalhães), uma socialite falida. Mesmo tendo desconfiado quando Rosemere apareceu grávida há 18 anos, Perácio ainda a ama, mas está casado por conveniência com a interesseira Brenda (Leticia Isnard). Brenda tem dois filhos, Tabata (Samya Pascotto), assessora de imprensa de Bárbara Ellen, e Xande (Felipe Lima), que presta serviços como amigo de aluguel. Todos moram juntos na casa de Glória, que no passado abandonou seu neto, filho de sua filha Lívia com Wilson (Marco Ricca), em uma estação de trem ainda recém-nascido – segredo que esconde de todos. O bebê abandonado, nomeado pelos pais de Kim, foi resgatado por Seu Silvério e levado ao lar do tio Gilson, onde recebeu o nome de Bento.

Depois que Lívia morreu, Wilson, irmão mais novo de Gilson, casou com a rica Damáris (Marisa Orth), uma mulher religiosa que não admite o divórcio e é capaz das maiores armações para não se separar do marido. Wilson e Damáris têm três filhos: Tito (Rômulo Neto), sedutor e irresponsável, Mel (Carla Salle), patricinha fútil que almeja virar celebridade e Vinny (Maurício Destri), que diferente dos irmãos, é um menino sensível e calmo. Wilson tem um parque de diversões chamado “Kim Park” (em homenagem ao filho que “teria” com Lívia). De jovem sonhador, ele se tornou um homem amargurado e agressivo, depois de perder seu grande amor e seu filho (que ele acredita ter morrido junto com a mãe). Desatencioso e frio com os filhos e vivendo um inferno com Damáris, ele decide sair de casa.

Com as confusões dos pais, Vinny opta por morar na Casa Verde com o tio Gilson, na mesma rua em que também reside a cabelereira Charlene (Mayana Neiva) e seu irmão Douglas (Pedro Inoue), além do maquiador Tio Lili (Edwin Luisi) e seu o sobrinho Lucindo (Joaquim Lopes). Charlene e Tio Lili trabalham na “Para Sempre”, juntamente com Renata, que também mora no bairro da Casa Verde com seus pais. Érico, noivo de Renata, é um funcionário promissor da “Class Mídia”, que convive em um ambiente cheio de disputas entre os publicitários que lá trabalham: Edu (Rafael Paoli), Júlia (Carolinie Figueiredo) e Cléo (Bia Arantes). Sílvia (Mila Moreira) é a competente diretora de arte da agência de publicidade de Natan e tem Tina (Ingrid Guimarães) como sua secretária.

No entanto, logo nos primeiros capítulos, Tina pede demissão porque vai se casar com o diretor Vitinho Barata, mas ele acaba desistindo no altar, pois não superou o trauma de ter sido abandonado por Bárbara Ellen no passado. Depois de voltar da clínica psiquiátrica em que foi internada após surtar com o “não” de Vitinho, Tina se infiltra na casa de Bárbara para conseguir sua tão sonhada vingança, não só pelo noivo perdido, mas por ter sido rejeitada (e

agredida) quando era fã número um da atriz. Depois do casamento fracassado, Vitinho também é internado para se recuperar da sua obsessão por Bárbara Ellen, mas antes disso, ele dirigia o programa “Luxury”, destinado à *high society* de São Paulo, tendo sido substituído por Peixinho (Júlio Oliveira).

O programa “Luxury” foi idealizado por Lara Keller (Maria Helena Chira), mas Amora, que o apresentou durante a licença maternidade de Lara, quer comandá-lo definitivamente. Lara é modelo e ficou famosa por ter tido um filho do *popstar* latino-americano, Manolo. Mas a gravidez foi uma jogada de marketing para afastar as suspeitas sobre a homossexualidade do cantor e alavancar a carreira de Lara, então, ela não liga muito para o seu filho, sempre deixado aos cuidados de terceiros. Amora argumenta que Lara não tem sofisticação para apresentar um programa voltado para um núcleo de alto nível social, mas Lara não admite perder espaço e quer voltar ao seu posto de estrela principal. Neste embate, as duas começam a nutrir um ódio mútuo e se declaram inimigas.

As disputas entre Amora e Lara são acompanhadas pela jornalista de fofoca, Sueli Pedrosa (Tuna Dwek), que aproveita todas as confusões das duas famosas para fazer suas matérias sensacionalistas. Sueli é chamada de “urubu” por muitas personagens da trama, referenciando o fato dela sempre estar em cima de tudo de “podre” que acontece, com o intuito de fornecer suas matérias venenosas em primeira mão. A jornalista não tem muitos escrúpulos e invade a privacidade dos famosos, faz chantagem com testemunhas e distorce “descaradamente” informações.

Esse panorama inicial, montado de acordo com informações retiradas da página da novela³⁴ e de falas e descrições presentes nas primeiras cenas, traz uma noção básica do encaminhamento do enredo e direciona para a compreensão de como as personagens estão colocadas dentro da trama. Esse primeiro momento de aproximação com o objeto, revelou alguns pontos importantes para as análises que seguem.

³⁴ <http://gshow.globo.com/novelas/sangue-bom/index.html>

4 ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO DO NARCISISMO CONTEMPORÂNEO NA TELENOVELA SANGUE BOM

4.1 Contexto sociocultural construído pela telenovela Sangue Bom

Antes de adentrar os perfis das personagens que apresentam características voltadas para o narcisismo contemporâneo, sentimos a necessidade de compreender como alguns pontos dessa cultura de propriedades narcísicas encontram-se representados na trama. O enredo de Sangue Bom é ambientado na cidade de São Paulo, a maior metrópole brasileira, e tem direcionamento eminentemente urbano, onde o uso das tecnologias midiáticas e as questões de consumo marcam o dia-dia das personagens – similar à realidade cotidiana de sujeitos que vivem nos grandes centros.

As categorias foram escolhidas de acordo com as instâncias socioculturais que contribuem para que a subjetividade contemporânea esteja relacionada a uma subjetividade narcísica. Conforme as técnicas disponibilizadas pela análise textual, reconstruímos questões importantes do enredo acerca das categorias analisadas. No entanto, a divisão categorial tem caráter meramente organizacional e não se pauta pela subdivisão estanque de temas, por isso as categorias se entrelaçam e transpassam.

4.1.1 Família: primeiro ambiente formador do sujeito

Na telenovela, a construção das famílias não segue o modelo tradicional, constituída por pai, mãe e filhos. Bárbara Ellen, por exemplo, deu um golpe para conseguir se casar com Plínio Campana, com quem teve Malu. Logo que se separou, adotou Amora, Luz, Kevin e Dorothy, mas ela não se importa com nenhum filho, as adoções têm motivações midiáticas e não se relacionam à vocação para maternidade. Nessa família, os filhos são unidos e companheiros, menos Amora, ironicamente chamada pelos irmãos de “top filha”, por ser a protegida da mãe e por se considerar filha única, mesmo tendo mais quatro irmãos.

Os filhos adotivos de Bárbara reclamam da ausência de afeto materno e também se incomodam com o clima pesado da casa. Emília, a empregada doméstica que supre a necessidade de carinho e cuidados, é cruelmente demitida por Bárbara, sendo substituída por Tina que, apesar de gostar das crianças, não apresenta uma referência emocionalmente equilibrada. Madá, mãe de Bárbara, também assume uma posição materna para os netos, mas

como vive em pé de guerra com a filha, volta e meia é internada em clínicas psiquiátricas. Bárbara Ellen diz que a mãe, que é jogadora profissional de pôquer, não representa uma boa influência para as crianças, porém, na verdade, ela teme que a mãe exponha seu passado de trambiques.

Verônica, Natan e Maurício formam a família perfeita, na própria definição dos membros do clã. No entanto, quando as traições consecutivas de Natan são descobertas, juntamente com a frieza com que ele manipula os sentimentos do filho e da esposa para realizar algumas campanhas publicitárias, a família se esfacela. Para Verônica e Maurício essa circunstância representa um duro golpe. No entanto, serve para que os dois percebam o quanto as relações familiares podem ser baseadas em falsidades e fingimento. No capítulo de 20 de maio, Natan recebe o prêmio de “publicitário do ano” e Lara Keller o questiona sobre a presença da sua família no evento, Amora finge estar tudo bem e responde, no lugar do então sogro, que Maurício e Verônica não compareceram porque estavam viajando a trabalho. Essa resposta deixa Maurício decepcionado, conforme a maneira calculista com que Amora manipula uma situação tão delicada apenas para manter as aparências. Todavia, no final da trama, apesar de dizer que nunca perdoaria o pai por ter destruído a família, Maurício o perdoa, no que é seguido por Verônica.

Depois que sua namorada morreu, Wilson ficou desacreditado do amor e resolveu casar com Damáris apenas por interesse, com o dinheiro herdado do sogro, ele construiu um pequeno império, dividido entre parque de diversões e *buffet*. O casal tem três filhos, Tito, Mel e Vinny, mas desde o começo da trama, Wilson briga na justiça com Damáris pelo divórcio. Para Dámaris, a ideia da separação parece impensável, por ser muito religiosa, não admite a falência da instituição do matrimônio e abusa de armações para continuar ostentando o título de “mãe de família”. Wilson é um pai distante, postura incômoda para Vinny, que em vários momentos reclama da frieza do pai. Tito também reivindica, no último capítulo da novela, que o pai nunca se importou com eles. Por outro lado, Damáris também se queixa do abandono por parte dos filhos, pois Mel e Tito sequer se preocupam com a sanidade da mãe, e Vinny, cansado de sofrer com as confusões familiares, vai morar com o seu tio Gilson. Os três filhos não se dão muito bem, Vinny tem dificuldade em lidar com a inconsequência dos seus irmãos.

Gilson e Salma, que são pais biológicos de Érico, mantiveram por muito tempo um lar para acolhimento de crianças abandonadas e ainda abrigam Socorro e Jonas. Na casa dos tios, Vinny alega encontrar afeto, sentimento compartilhado por toda a vizinhança, que é

considerada uma grande família. Assim como os vizinhos Gilson e Salma, a cabelereira Charlene resgata Pedrinho da rua e o adota. As outras famílias da Casa Verde são compostas só por pai e filho, como no caso de Silvério e Giane ou só por mãe e filho, como no caso de Rosemere e Felipinho. O maquiador Tio Lili, homossexual assumido, também criou sozinho o seu sobrinho Lucindo.

Ainda criança, Fabinho, morador do lar do tio Gilson, foi adotado por uma família do interior, mas logo perdeu o pai, sendo criado apenas pela mãe adotiva, Margot, que faz todas as suas vontades. Fabinho cresce rebelde e encrenqueiro, sem respeito pela autoridade da mãe, a quem ele humilha e despreza até quase o final da trama. Em certo momento, Margot foi até mesmo capaz de assumir um crime para poupar o filho de arcar com as consequências de seus atos. Ao contrário de Margot, Lara Keller é uma mãe relapsa e descuidada, que se queixa constantemente da presença do filho, que ela define como mal comportado, quando o menino tem apenas poucos meses de vida. Todos os cuidados da criança são delegados à babá, e o pai, o *popstar* latino-americano Manolo, nem mesmo visita o filho.

Quando Irene e Plínio, pais de Fabinho, se reencontram e acertam as contas do passado, Fabinho ironiza o fato dos três terem virado uma família de comercial de margarina, em alusão a uma família perfeita. Entretanto, de forma geral, o núcleo familiar é representado na telenovela de forma diversificada e bem mais flexível, se comparada à ideia tradicional de família. Todavia, o que chama mais atenção, não são os rearranjos familiares, mas a forma como alguns membros da família são destituídos de seus papéis, se eximindo de responsabilidades, compromisso e envolvimento. Dessa forma, a família, como fonte de amparo e proteção e identificação primeira, acaba servindo como zona de conflito, desconforto ou indiferença. Pois como acentua Lasch (1990), quando há um afrouxamento do compromisso sentimental e da autoridade familiar, outras referências externas se sobressaem como principais formadores de ideais do sujeito, como a influência dos meios de comunicação com seus modelos identificatórios ou as questões de diferenciação forjadas pelo consumo.

A formação de ideais, conforme herdeira do narcisismo infantil, apresenta um modelo ideal a ser atingido pelo ego adulto. Inicialmente propagados no seio familiar, os ideais apregoam os valores culturais, princípios éticos e normas sociais. Quando esses modelos são fornecidos por ideais propositalmente inalcançáveis, como os de consumo, intensificam a retração narcísica infantil, fascinada pela miragem da satisfação imediata.

4.1.2 Política: descrédito governamental x consciência social

O descrédito destinado à política estatal está representado na telenovela seguido da saída para as soluções privadas, tanto em relação às questões de foro íntimo, quanto as mais coletivas. Pois, de acordo com Lipovetsky (2006), a preocupação com a esfera privada se sobressai mediante a desconfiança nas soluções políticas. Na trama, embora esse clima de desamparo acione defesas pessoais e sobrevivencialistas, também faz com que algumas personagens assumam para si a responsabilidade de fazer algo pelo mundo e pelo próximo. Essa dicotomia, de fundo maniqueísta, norteia a construção política na telenovela *Sangue Bom*.

Amora foi menina de rua, mas em nenhum momento ela (ou qualquer outro personagem) associa essa circunstância a um problema governamental decorrente da ausência de políticas públicas que garantam os direitos sociais básicos, como moradia, saúde e educação às crianças. Amora culpa a mãe alcoólatra, a irmã que a abandonou, mas nunca o Estado, que, em partes, deveria ser responsável por oferecer oportunidade e dignidade aos cidadãos, sobretudo aos menores. O lar do tio Gilson, onde Amora encontrou proteção na infância, partiu de uma iniciativa pessoal de Salma que, com dificuldades para engravidar fez uma promessa de que caso engravidasse, acolheria todas as crianças que lhe fossem encaminhadas.

Malu também tomou uma iniciativa pessoal para construir a “Toca do Saci”, uma organização não governamental que atende crianças carentes para momentos de educação e lazer. Malu conta exclusivamente com doações para manter a instituição funcionando, a maior parte da renda vem do seu pai, Plínio Campana. Mas na cena do dia 20 de julho, Bento entrega todas as suas economias para ajudar nas despesas da ONG, o que deixa Malu bastante emocionada. Os dois também se engajam no projeto de preservação ambiental liderado por Artur Bicalho, intitulado de “Salve a Cantareira”, que condena a construção do Rodoanel e demais destruições desnecessárias à vegetação (não só paulistana, mas mundial).

De fato, as políticas sociais fornecidas pelo Estado são praticamente ignoradas da novela, como se nem mesmo existissem ou existindo, de nada servissem. Sobressaem as iniciativas mais particulares de personagens com consciência social, em contraponto a personagens mais individualistas e com preocupações autocentradas. O lar do tio Gilson e a Toca do Saci aparecem para suprir a deficiência de auxílio fornecido pelo Estado, que abandona os cidadãos, deixando-os a mercê de instituições filantrópicas e da iniciativa

privada. Essa sensação de abandono, tal qual vivenciada por Amora, adiciona uma fuga para prazeres privados que garantam algum tipo de satisfação pessoal e imediata, por isso sua associação ao narcisismo contemporâneo.

A política partidária brasileira, quando mencionada, está sempre ligada à corrupção e ineficiência, corroborando com a ideia de desconfiança em suas soluções para os problemas da nação. Como na cena de 04 de outubro, em que, sem recursos financeiros, Bárbara Ellen começa a praticar pequenos furtos no bairro. Tina resolve denunciá-la, mas não para a polícia, enquanto protetora da ordem, e sim para a mídia, como principal forma de punição para a atriz. “Não dá pra vacilar com bandido não, primeiro afana uma carteira aqui, depois se candidata a algum cargo público”, disse Tina na entrevista à Sueli Pedrosa.

Mas quem acabou se candidatando a cargo público foi Lara Keller que, depois de encomendar a morte de Malu e Giane para incriminar Amora, foi convidada pelo Partido da Igualdade Social Brasileira (PISB) para pleitear um cargo no Congresso. No último capítulo da trama, ela questiona se poderia se candidatar por conta da lei da ficha limpa, já que havia sido indiciada como mandante de alguns crimes. O parlamentar nem titubeia: “não precisa se preocupar, não, nada vai ser provado, só arquivado. Precisamos de mulheres como você!”. Essa cena é contundente, ao reafirmar a ideia construída pela telenovela de que a política brasileira está inundada em corrupção e não merece confiança. Esta construção também serve para autenticar as falhas e a precariedade na forma de fazer política no Brasil, que redundam na maneira negligente com que o Estado lida com os cidadãos que, por seu expediente, ficam suscetíveis a buscar saídas privadas para o sentimento de desamparo aberto.

4.1.3 Religião: distância e deboche

A espiritualidade, colocada em termos de religião, apresenta pouco espaço nas representações da trama. Em muitas cenas as personagens remetem a expressões comuns do cristianismo, tais quais: “se Deus quiser”, “ah, meu Deus”, “reza por mim”, “se benze”, “Vai com Deus”. Mas nada muito consistente em termos de professar a fé em Jesus Cristo. O fato de duas personagens descontroladas e inescrupulosas se apresentarem como as que mais referenciam a religião na trama, geralmente envolvidas em cenas cômicas, já deixa indícios da incredibilidade com que essa questão é tratada. O afastamento dos valores religiosos ou transcendentais adiciona ao sujeito o sentimento de desamparo e incerteza com os acontecimentos e rumos da vida, potencializando o centramento de energias em si mesmo,

bem como a valorização do tempo presente, pois o desinteresse na crença religiosa torna mais radical a condição mortal do sujeito (com o corpo).

Na cena de 16 de maio, em meio a uma discussão acalorada, Amora disse a Malu que ela precisa se tratar psicologicamente da inveja que sente dela, no que ela rebate: “e você deveria procurar um padre pra confessar seus pecados, antes de morrer envenenada pela própria sordidez.” Nesse diálogo, compreendemos o embate entre o tratamento psicológico (que Amora sugere) e o tratamento religioso (que Malu retruca), como se as duas lógicas fizessem parte do mesmo patamar. Lipovetsky (2003) aponta para uma tendência contemporânea, onde a busca por equilíbrio emocional foi redirecionada da fé religiosa para os tratamentos terapêuticos.

Ironicamente, Bárbara Ellen diz que reza todos os dias para a alma dos invejosos e invoca sempre a intercessão divina em suas armações. Quando Amora fica apreensiva com o resultado da troca de exames de DNA de Fabinho e Bento, no capítulo do dia 03 de agosto, Bárbara Ellen a anima: “menina de pouca fé, você batalhou, você fez tudo certo, Deus fica do lado dos justos!”. Em boa parte de suas cenas, Bárbara proclama a ideia de que a vida na terra não teria a mínima graça sem pessoas como ela e Amora, por isso Deus está sempre do lado delas. Amora apronta tanto com as outras personagens, que sua maior preocupação é saber se Deus fica “acordado 24 horas” para lhe safar. Mas Malu não engole a forma com que as duas encaram a divindade e, na cena de 19 de setembro, questiona:

MALU: Que Deus [você é temente]? Dinheiro, fama e consumo virou Deus agora?

BÁRBARA ELLEN: Eu sou uma pessoa de fé e fiz questão de dar a vocês uma formação religiosa.

MALU: Pois meus valores e princípios eu aprendi com meu pai.

BÁRBARA ELLEN: Claro, um ateu confesso.

MALU: Pois eu acho mais honesto do que ensinar os filhos a rezar por um Deus com o qual vocês barganham, trocam favores, isso pra mim é insultar Deus.

Malu aponta a incoerência na fala da mãe, em comparação com seu comportamento subserviente aos valores de consumo e sua obsessão pela fama e glamour. Severiano (2006) pontua que com o afrouxamento da religião na sociedade contemporânea, a figura do grande líder ou de uma divindade soberana tende a migrar para valores ligados ao consumo, também capaz de congregar muitos a sua volta. Mas a reunião em volta do consumo não traz um sentido de solidariedade fraterna e igualdade, pelo contrário, acirra disputas por status e

intensifica o processo de exclusão, ao tempo que também reforça o culto às satisfações privadas, que com facilidade se confluem para valores narcisistas.

Damáris representa, de longe, uma das personagens mais apegadas à religião católica na trama, mas só acerca dos valores matrimoniais e cerceamentos carnis. Quando Wilson tenta se separar, ela demora a permitir que uma união abençoada por Deus seja encerrada, apelando até mesmo para comportamentos condenáveis pelos seus pudores cristãos. As amigas do seu grupo de oração também se comportam como ferrenhas religiosas, mas uma religiosidade de fachada, pois elas não cumprem nada do que pregam. Enquanto católica praticante, como se diz, Damáris condena o sexo e a vulgaridade, mas não se importa com os valores de humildade, simplicidade e generosidade. Ao longo da trama, ela chega até mesmo a fundar sua própria religião, tornando-se arcebispo da “Igreja Católica Ortodoxa Transfiguracional”. Mas sob a influência de Barrabás, depois de muito entrar em conflito com seu lado “despudorado”, ela resolve unir os seus “eus” e se transforma em uma líder espiritual que prega o desapego a qualquer tipo de fidelidade amorosa.

Barrabás e Áurea também são líderes espirituais, mas não tem nenhuma religião ou seita específica, os dois oferecem consultas para almas carregadas que necessitam clarear a aura. Áurea fornece até mesmo previsões sobre o futuro e Barrabás oferece serviços de hipnose. Tina, mulher pau de jacu (Serjão), Vitinho e a própria Damáris se consultam constantemente com Áurea, mas sempre por via virtual, já que a “guru” espiritual está internada em uma clínica psiquiátrica. Pertinente acentuar a mixagem de várias referências avulsas para a construção do universo místico que envolve Áurea e Barrabás: tecnologia, psiquiatria, esoterismo, budismo e ecologia são algumas das vertentes que interagem para formar o núcleo cômico, que mais parece debochar dos valores transcendentais.

Embora tenhamos encontrado algumas referências à religião, sobretudo cristã, nada de substancial foi identificado sobre o que, de fato, esse tipo de crença acrescenta as personagens da trama. Não encontramos nenhuma atitude tomada com base nos cerceamentos da fé religiosa, nem mesmo Damáris age baseada na condenação aos prazeres carnis que tanto promulga. A crença religiosa deveria trazer, dentre outras coisas, o agrupamento dos sujeitos conforme a identificação mútua como filhos ou servos de um mesmo “Deus/Senhor”, de acordo com a coibição da extensão narcísica de cada indivíduo. Mas com o distanciamento desses valores, a ligação entre os sujeitos sofre certa debilidade, bem como a tranquilidade da convivência pacífica e respeitosa. Uma vez que os laços libidinais são os encarregados por

refrear o sentido de onipotência e megalomania do sujeito, situando-o em uma convivência comunitária com o seu próximo.

Contudo, não podemos deixar de mencionar que, em algumas cenas, as personagens aparentemente relacionam as circunstâncias à força da divindade, por isso agradecem e pedem, mas de forma inteiramente mecânica, pontuando o padrão cultural pretensamente dominante, apenas. Em geral, o protagonismo e a responsabilidade pelas escolhas são associados ao próprio sujeito, como senhor soberano de seus atos e escolhas.

Na ocasião de morte, onde mais facilmente poderíamos encontrar algum indicativo de crença espiritual, constatamos que somente Emília e Brunetty se preocupam em rezar para a alma de Jonathan James. Bárbara Ellen, que se considera uma “mulher temente a Deus”, trata a morte do marido como a morte de um mero personagem de novela. Nessa circunstância, Luz questiona se Emília acredita existir algo após a morte, ela diz que sim e Dorothy é enfática ao dar sua opinião: “claro que não, né? Para de iludir essa tonta. A vida é uma só!”. A ideia de que a vida é uma só e deve ser aproveitada ao máximo aparece na novela no discurso de boa parte das personagens e também nos imperativos publicitários.

Bauman (2007) trata essa questão esclarecendo a ultrapassagem do sentido de eterno para o sentido de infinito. Diferente da eternidade propagada pelas religiões, o sentimento de infinitude diz respeito aos atributos do presente, intensificados pelas possibilidades tecnológicas que permitem a ampla realização de atividades e vivências em um curto espaço de tempo. O apego ao presente tem a ver com a descrença em uma bem-aventurança posterior, pois se o paraíso esperado é o terrestre, resta buscá-lo em vida.

4.1.4 Avanço tecnológico e suas implicações

O uso de tecnologias, que acentua a agilidade e rapidez da sociedade contemporânea, aparece na telenovela quase em todas as cenas, seja na utilização de smartphones, computadores, tablets, câmeras, gravadores, filmadoras ou com os meios de transportes. Natan, por exemplo, tem um helicóptero de uso pessoal. Em algumas cenas, ao invés de servir para contatar quem está distante, a tecnologia de comunicação afasta os que estão próximos. Os publicitários da Class Mídia, Cléo, Júlia e Edu excluem e ignoram as pessoas quando estão usando seus computadores. Bem como os filhos de Damáris, que deixam a mãe falando sozinha para assistir vídeos no notebook ou para navegar na internet pelo celular.

As tecnologias trouxeram mudanças na forma de se relacionar com o outro. As conversas online, serviços de mensagens instantâneas e ligações, que unem áudio e vídeo, contribuíram para a expansão da rede de contatos e, de certa maneira, paradoxalmente, também favorecem a facilidade de substituição na relação entre as pessoas. Já que não há limites para a conexão, a todo o momento, o sujeito pode fazer e desfazer laços, no ritmo intenso das atualizações proporcionado pelas múltiplas conexões. Outro ponto diz respeito a frivolidade do vínculos anônimos e do mero “deletar” ou ficar “off-line”.

Na trama, também são enfocadas as compras via e-commerce, as conversas telepresenciais e os cursos virtuais, que apresentam uma nova visão sobre a forma de estar junto, conforme a prerrogativa da desterritorialização. Facilmente, identificamos cenas em que as personagens se comunicam por meio das tecnologias midiáticas, conferem suas redes sociais e divulgam suas personalidades nesses meios. Amora, por exemplo, não larga o smartphone, ela está sempre “conectada” para postar seu “look do dia” e também para se comunicar instantaneamente com Socorro e seus outros comparsas.

Dorothy, filha mais nova de Bárbara Ellen, se assume como viciada em internet, mas ela diz utilizá-la para estudar, para fazer investimentos financeiros (no final da trama ela soma um vultuoso montante) e para vigiar a vida da irmã Amora, por meio de blogs de fofoca. Socorro, fã número um de Amora, tem um blog inteiramente dedicado à sua “diva”, com fotos postadas imediatamente no momento em que foram tiradas. Em dada circunstância, as fotos instantâneas chegam até mesmo a prejudicar a *it-girl*, desmentida publicamente por ter justificado a ausência em um trabalho publicitário com uma ida ao hospital, quando, na verdade, estava na Casa Verde, onde Socorro tirou e postou sua foto.

A tecnologia serve, dentre outras coisas, para conquistar projeção de imagem, sem que seja necessário o acesso à mídia tradicional, de caráter mais restrito. Nesse caso, o sujeito pode desempenhar a função de produtor, assim, suas particularidades podem ser compartilhadas com o mundo, a fim de angariar a observação e encantamento do outro. Brunnety, a mulher mangaba, tem um *personal paparazzi* para tirar fotos suas com fãs e celebridades e postar “em tempo real” em sua página na internet. Pois a funkeira afirma que prefere escolher pessoalmente como vai aparecer. A abertura possibilitada pela tecnologia, também corrobora com o desejo de anuência do sujeito, pois esse indivíduo que se abre ao olhar alheio, em geral, busca a autoafirmação de sua imagem. Bárbara Ellen obriga sua funcionária, Tina, a fazer fotos suas em momentos falsamente descontraídos para postar em seu blog. Na cena do dia 15 de junho, ela arma uma situação de lazer com os filhos na piscina

para Tina fotografar, mas Tina posta fotos propositalmente editadas, em que a atriz aparece gorda e com muitas celulites.

Natan aproveita a divulgação propiciada pelas redes sociais para dar início a sua carreira de cineasta. Com uma câmera amadora, ele grava um vídeo-documentário sobre Bárbara Ellen, a produção caseira acaba fazendo bastante sucesso na internet. Sua ex-esposa, Verônica, também conquista projeção nacional como cantora através de um videoclipe postado em um site de compartilhamento. Já Bárbara Ellen abusa de armações para que seu nome apareça nos *trending topics*³⁵ das redes sociais. Logo no início da telenovela, ela faz o maior drama (fingimento) no enterro do seu marido, Jonathan James. Depois, a mando de sua assessora, posta nas redes sociais uma foto em homenagem ao marido. Imediatamente, seu nome, associado à morte trágica do ator (ele caiu de um cavalo), aparece nos TT's³⁶, o que lhe causa intensa euforia.

Na cena do dia 26 de junho, Bárbara convoca uma coletiva de imprensa para anunciar seu filho Kevin como “sexualmente diferenciado”, numa tentativa midiática de aproximação com esse segmento. Por conta do anúncio, seu nome novamente vai parar nos TT's e ela comemora porque essa divulgação vai lhe ajudar na promoção de seu filme com Natan, mesmo seu filho Kevin não sendo gay, muito menos afrodescendente, como ela insiste em apregoar. E quanto mais ela persiste em propagar mentiras sobre o menino, mais ele sofre *ciberbullying* e ameaças virtuais. A facilidade de interação propiciada pela rede contribui para que qualquer um possa comentar sobre situações diversas e fomentar correntes de ódio e rejeição contra indivíduos ou grupos, protegidos pelo anonimato.

O uso das tecnologias midiáticas na trama, tanto serve para angariar fama e divulgação, quanto para desmoralizar, humilhar e envergonhar publicamente. O estigma da vergonha, que orienta a construção subjetiva contemporânea, pode chegar a altos índices, devido à facilidade de exposição possibilitada pelas tecnologias da informação. Damáris experimenta achincalhamento público ao ser filmada em uma calçada vestindo apenas lingerie. Na tentativa de reconquistar o ex-marido, ela invade o *flat* de Wilson e é colocada para fora. O momento constrangedor fica registrado porque alguns transeuntes gravam e disponibilizam na rede. Bárbara Ellen também aproveita a câmera do seu celular para registrar

³⁵Significa assunto do momento, pois de acordo com um recurso de abrangência total, os marcadores mais utilizados na rede social são ranqueados. Para marcar o assunto ou tema são utilizadas as hashtags (palavras antecedidas por '#'), então, as palavras que mais aparecem nas hashtags vão para os “trending topics”.

³⁶ Abreviação de “trending topics”.

uma briga entre Sueli Pedrosa e a namorada Vivian, fazendo com que a repórter de fofocas experimente do seu próprio veneno.

Mas Felipinho representa a maior vítima de vergonha pública da trama, quando cai na armadilha de Xande e Júlia. A publicitária, se fazendo passar por uma produtora de musicais, grava um teste com o menino, onde ele canta e dança uma paródia do funk “trela” da mulher mangaba, utilizando um figurino bastante inusitado. Depois do teste, Júlia pede para Edu, seu colega de trabalho, editar o vídeo e postar na internet, apesar de Xande ter pedido para que ela não mais fizesse isso. Por conta do teor cômico, logo depois de postado, o vídeo intitulado de “o famosinho da Casa Verde” rapidamente viraliza. Quando Felipinho descobre que seu vídeo está circulando na internet, entra em absoluto desespero, sua mãe, Rosemere também. Perácio, seu pai, se revolta com a atitude de Xande: “não é engraçado ridicularizar alguém na rede”, reclama em cena de 27 de maio.

No entanto, o vídeo rende fama a Felipinho, sobretudo com as crianças e adolescentes, mas sua falta de habilidade para lidar com algumas concessões do mundo dos famosos lhe desestimula a prosseguir com a meteórica carreira. A gota d’água acontece quando Brenda, sorrateiramente, grava Felipinho confessando para a mãe ser homossexual. Em questão de minutos, o vídeo é postado e reproduzido em várias plataformas e, mais uma vez, ele entra em desespero ao ver sua intimidade devassada. Depois de confirmar a veracidade das informações, ele é afastado do seriado Sangue Bom e resolve ir embora para Nova York, onde começa a frequentar aulas de canto e dança. Todavia, ele continua mantendo contato com a família através dos recursos telepresenciais, também proporcionados pelo avanço tecnológico.

4.1.5 Mídia: reflexo do eu grandioso nas telas

Na representação da telenovela, a mídia aparece como portadora do poder de alterar comportamentos e cercear atitudes, sobretudo no que se refere aos personagens que são famosos ou almejam a fama. Os demais, embora não objetivem popularidade, compreendem a influência (para o bem ou para o mal) que a exposição midiática traz consigo. Segundo Sodré (1990), a divulgação proporcionada pelos meios de comunicação, ao duplicar a representação do sujeito, suscita a admiração e o encantamento daquilo que simula, ou seja, o próprio sujeito. Uma das premissas do narcisismo contemporâneo, conforme pensado por Lasch (1983, 1990), diz respeito à necessidade que o indivíduo tem de aplacar a sua insegurança

mediante a atenção das outras pessoas, sobretudo, frente uma plateia capaz de dar um retorno positivo em admiração e aplausos.

As construções da mídia na trama apontam para uma tendência que se alastra na contemporaneidade, com a fama que tem início na internet e depois adentra os meios tradicionais, como no caso de Felipinho e depois de Douglas. Também podemos identificar a facilidade com que se pode ser alçado ao estrelato. Na cena apresentada em 18 de maio, Malu tenta convencer Bento a se tornar famoso para chamar a atenção de Amora:

MALU: se eu fizesse de você famoso? Sou filha da Bárbara Ellen, conheço blogueiro, jornalistas, é só plantar notinhas durante a semana.

BENTO: é fácil assim ser famoso?

MALU: se for bem lançado, é. Você teria uma imagem, voz ativa, a mídia ia adorar você dizendo que esse culto às celebridades é uma bobagem, que tá imbecilizando todo mundo.

BENTO: mas eu não sou galã de novela. Não tenho estômago, nem vocação.

Os dois falam da falta de critérios para penetrar no mundo dos famosos, onde parece que um bom agenciamento vale mais do que talento ou algo de especial. Malu diz ainda que se Bento ficasse famoso, ele teria uma voz ativa, compreendendo a amplitude de alcance que os meios de comunicação proporcionam, mesmo que a opinião externada por ele seja contrária ao próprio veículo (vide a crítica ao culto às celebridades). Também identificamos nessa passagem uma espécie de ironia criada, onde Bento, interpretado pelo ator Marcos Pigossi – o galã da telenovela Sangue Bom, diz que não é galã de novela e que não tem ânimo para tal atividade. No capítulo de 31 de maio, Bento também debocha que “só no planeta dos famosos uma pessoa recebe destaque por ser futuro genro de alguém.” Em menção ao fato de que ele ficou em evidência por andar junto de Malu, filha do cineasta Plínio Campana.

Malu e Bento encaram com desconfiança a mídia e sua influência na vida das pessoas. Os dois concordam que a fama e a notoriedade são capazes de virar a cabeça dos mais deslumbrados, fazendo-os acreditar que são melhores ou mais importantes do que os outros, simplesmente por terem seus rostos refletidos no espelho midiático. Malu se preocupa com Bento que, por ser apaixonado por Amora, talvez tenha que conviver com o mundo em que ela habita.

MALU: quero te preservar desse mundo maluco que vive Amora e minha mãe, Bento, onde as pessoas fazem qualquer coisa pra aparecer na mídia, vendem a alma para estar na capa de uma revista.

BENTO: mas Amora preza o afeto, Malu, ela abriu mão de um trabalho para ficar com a gente.

MALU: isso teve um preço, a mídia caiu matando nela. Isso é importante pra mim, para você, mas não para quem vive em função de imagem.

Gente que faz de tudo para aparecer na mídia é o que mais tem na novela, uns vêm com essa perspectiva desde o começo e outros vão se descobrindo ao longo da trama. Brunetty, a mulher mangaba, apesar de ser uma personagem um pouco ingênua, não pode ver um flash que já vai logo posando para foto. Assim como as outras mulheres frutas, que não escondem a vontade de estar sempre em evidência. Mari, ex-funcionária de Verônica, trai a confiança da patroa em nome de um papel na TV oferecido por Bárbara Ellen. Ela, que se diz atriz por ter feito um curso de interpretação pela internet, passa quase toda a novela cobrando que Bárbara cumpra com o que prometeu e use de sua influência para lhe colocar na mídia.

Mel também faz de tudo para ficar famosa e escolhe o caminho que lhe parece mais fácil: o de embarcar no sucesso alheio. Ela tenta se promover em cima de outras celebridades utilizando métodos reprováveis. Mas quando finalmente consegue ficar famosa, sua fama parece frágil e oscilatória, então ela apronta ainda mais para não perder seus seguidores nas redes sociais e os fãs. Além de participar do seriado “Sangue Bom” em sua fase final, Mel chega a apresentar um quadro do programa *Luxury* e, antes de entrar para o reality show “A que ponto chegamos”, fica “noiva” do *popstar* Manolo, com interesses em fama e glamour.

Sandrona, ex-funcionária do Kim Park, foi lançada na mídia no seriado “Sangue Bom”, mas quando percebe que o seriado está afundando, aceita uma proposta de outra emissora concorrente, objetivando não sair da mira dos holofotes. Para não aparecer sozinha em eventos midiáticos, ela contrata os serviços de acompanhante de Xande, mas o dispensa para namorar o primeiro eliminado do *reality show* “A Selva”. Já Tina foi convidada para integrar o elenco da “Família Calabresa” e deixa a fama subir à cabeça, adotando um comportamento que ela mesma condenava. Ela começa a faltar às gravações, se confiando no prestígio e na fama que conquistou, mas acaba sendo demitida.

Já Amora ambiciona continuar como estrela de nove entre dez comerciais de artigos de luxo do país, na maneira que Malu a define. Mas alguns empecilhos vão aparecendo no seu caminho, como o romance com Bento, as brigas com Sueli e Wilson e as armações de Lara Keller e Fabinho. Ainda assim, Amora usa suas próprias armas para continuar com uma ótima imagem no mercado midiático, calculando friamente os seus passos para acabar com aqueles a quem ela considera como “inimigos”. Lara Keller também faz de tudo para permanecer na mídia, embora seu público não seja tão sofisticado quanto o de Amora, ela não desiste de conseguir chegar ao topo, nem que para isso tenha que planejar até mesmo homicídios.

Bárbara Ellen que já foi uma atriz de sucesso, amarga uma má fase e também não desiste de continuar sendo capa de revista e chamando atenção por onde passa. Sua obsessão pela fama é tamanha que ela não se importa em utilizar seus filhos ou quem quer que seja para conseguir seu objetivo. Bárbara tenta influenciar Luz a assumir uma carreira na mídia, mas a menina diz que quer ser pedagoga (assim como Malu) e Bárbara sugere que ela tome o lugar da Xuxa. Em outra cena, exibida em 20 de maio, ela pergunta se Luz não quer ser atriz.

BÁRBARA ELLEN: tá na hora de capitalizar a beleza da Luz. Já pensou em ser atriz?

LUZ: não tenho a menor vocação.

BÁRBARA ELLEN: isso é tão *démodé*, hoje qualquer um com cara, coragem e um pouquinho de carisma consegue. É só jogar o cabelo com charme, falar meia dúzia de besteiras, menos de um ano tá rica e famosa.

Bárbara empurra Luz para um romance com Felipinho, em ascensão meteórica na mídia. Mas ela rejeita imediatamente essa proposta. Na cena de 01 de julho, Bárbara provoca tanto Luz, que ela se sente desafiada a aceitar começar uma carreira na TV.

BÁRBARA ELLEN: agradeça por ser minha filha, porque sozinha você seria incapaz de dar um passo adiante. Você é uma fraca, uma incapaz!

LUZ: por que você quer que eu seja famosa?

BÁRBARA ELLEN: melhor desistir, você não tem talento, beleza, charme e principalmente carisma, não vai passar de uma cópia desbotada da Malu!

Luz começa a atuar na saga “Sangue Bom”, no que é acompanhada pela mãe. Mas Bárbara Ellen mente na coletiva de imprensa de lançamento do seriado dizendo que topou essa proposta, dentre tantas outras que recebe (isso para vender sua imagem de requisitada), por Luz, porque a filha disse que só se sentiria segura na presença da mãe. Na verdade, Bárbara não tinha nenhuma proposta em vista e o seriado foi a melhor coisa que lhe apareceu em meses. Soma-se a isso a sua vontade de parecer jovem na mídia, já que o seriado tem os adolescentes como público-alvo.

Felipinho, a quem Bárbara quer se associar, sempre sonhou em ser um grande dançarino de musical, mas acaba ficando famoso com um vídeo viral na rede, em que ele aparece fazendo paródias. O vídeo gera uma série de ridicularizações, mas faz com que ele seja reconhecido e até parado na rua para fotos e autógrafos, momento em que Tábata visualiza um potencial para a fama, denominando-o como sua nova “galinha dos ovos de ouro”. Quando Felipinho aceita a assessoria de Tábata, ela monta toda uma estratégia para erguê-lo na mídia. O plano começa com o envio de fotos forçadamente “descontraídas” para

revistas, como se elas tivessem sido tiradas por *paparazzo*. Tábata também coloca meninas para correr atrás de Felipinho no shopping, além de inserir seu nome em eventos da *high society* e, mais importante, ela monta instruções de como ele deve se portar diante da imprensa.

Em pouco tempo, Felipinho conquista o status de sensação do momento, bastando ele adentrar determinado ambiente para a imprensa toda correr em sua direção. Pois a mídia tem essa característica de atualidade e renovação constante, em que o sucesso atual facilmente ofusca um antigo, sobretudo se ele for sem substância. Mas Rosemere, mãe de Felipinho, não fica satisfeita com o sucesso do filho, que ela intitula de “fama pela fama”, uma vez que ele ficou conhecido por um vídeo cômico na internet. Rosemere acredita que para ser reconhecido publicamente, tem que batalhar e consolidar algo de especial.

Deixando um pouco de lado a fixação pela fama e pelo estrelato que movem as trajetórias de algumas personagens, quando Malu fala que a mídia caiu matando em Amora porque ela descumpriu um compromisso de trabalho, trata-se da mídia especializada em celebridades, que se porta como vigia de tudo que os famosos (ou nem tão famosos) fazem. Sueli Pedrosa, principal representante desse segmento midiático na trama, persegue notícias sensacionalistas e não tem muito respeito ao divulgar informações. A repórter acompanha falência de famílias tradicionais, leva câmera para enterro, invade casas, manipula entrevistado e bajula aqueles que podem ser úteis. Sueli ainda acirra disputas para conseguir filmar barracos e suas falas são sempre em tom de denúncia e cobrança. Amora não gosta de Sueli, a quem ela chama de “abutre” e Lara Keller aproveita a raiva que a repórter sente de Amora para emplacar matérias que desqualifiquem a rival.

Sueli parece uma personagem onipresente, pois em todas as circunstâncias conflituosas que envolvem as celebridades, ela marca presença com sua equipe de filmagem. Mas a mídia especializada na trama também é formada por Raquel, uma repórter de fofocas menos ácida que Sueli e Zito, o *paparazzo*. Basta qualquer um desse trio estar presente, que as personagens famosas já mudam suas atitudes, agindo pautadas na imagem que querem passar para o público.

Quando Jonathan James morre, Bárbara Ellen deixa os filhos sem comida para que aparentem abatimento no enterro, só porque a imprensa vai estar presente. Plínio sempre se porta contrário às atitudes da ex-mulher de expor os filhos em frente às câmeras, mas ela diz que se ele fizer alguma coisa contra ela, chama o SPTV (jornal). Interessante notar que para Bárbara, a autoridade transmitida por um jornal televisivo é maior do que a da polícia.

Bárbara tem uma assessora de imprensa com quem ela bola estratégias para alavancar sua carreira na mídia. Mas a tarefa de Tábata não é fácil, já que a atriz não ajuda muito, conforme suas atitudes impulsivas e ataques de estrelismo. Ainda sobre a morte de Jonathan James, as duas confabulam métodos para a imagem de Bárbara sair fortalecida da “tragédia” e para que a realização do noivado de Amora (na mesma semana) não passasse a imagem de falta de consideração com o acontecimento dramático. Na cena de 04 de maio:

TÁBATA: não pega bem a festa de noivado tão perto da morte de Jonathan.
 AMORA: não vou mudar a data do meu noivado por causa disso.
 BÁRBARA: já sei, eu vou dizer que tô sentindo a presença dele entre a gente, vou dizer que ele queria muito esse casamento.
 AMORA: sem breguice na minha festa, por favor.
 TÁBATA: essa é uma boa saída para mostrar que se importam. Todo mundo vai ficar comovido, vai pegar bem.
 BÁRBARA: Amora, minha filha, para ser querida pelo povo brasileiro, você tem que aprender que esse povo é muito sentimental.
 AMORA: OK! OK! [impaciente] Que saco! Faço um brinde!

Bárbara ainda reclama que Tábata não arruma mais eventos midiáticos para ela participar e então a assessora arranja uma matéria de capa na revista “Vida em família”, em que ela faz questão que seus filhos saiam bem na foto, menos Malu, que não topa participar do que ela chama de “farsa”. Bárbara também mente sobre a origem dos filhos para comover a imprensa e, pior, inventa mentiras sobre a sexualidade de seu filho Kevin para conquistar as minorias. Qualquer anúncio que ela queira fazer, Bárbara convoca coletivas de imprensa e diz que se em determinado lugar não tiver mídia, não faz nem questão de ir.

Assim como a mãe, Amora também se preocupa com sua imagem perante a mídia, mas de forma mais profissional e menos histriônica do que Bárbara. Um dos seus principais conflitos com Bento se relaciona exatamente a essa preocupação exacerbada com a imagem. Em 04 de junho, Bento cobra que Amora fale sobre seus sentimentos, mas ela diz que não pode falar pela repercussão negativa que teria na mídia. “Vê-se bem que você não conhece a mídia especializada.”, “você pauta sua vida na mídia especializada em fofoca?”. Amora muda completamente de tom quando está na frente das câmeras, seja no seu próprio programa, em entrevistas ou em flagrantes cotidianos. Quando Maurício quer convencer Amora a parar uma briga, ele diz que a mídia está por perto filmando tudo. Ela e Lara se odeiam e discutem o tempo todo, mas quando elas veem algum repórter se aproximando, fingem cordialidade e entrosamento.

Depois de ficar famosa como modelo, Giane segue normalmente sua vida na Casa Verde. Mas quando ela resolve acertar as contas com Amora, no capítulo de 28 de outubro, e as duas começam a se estapear, Sueli Pedrosa filma tudo e faz uma matéria sensacionalista em cima do ocorrido. Seu Silvério adverte o comportamento de Giane: “você não pode fazer isso, filha, agora você tem uma figura pública.”. Mas ela diz para o pai que não está nem aí para sua imagem. Assim como Giane, Felipinho também teve dificuldade em lidar com a imprensa pelos cerceamentos exigidos.

Por servir como agenciadora de modelos que influenciam a vida das pessoas, a mídia possui um estatuto próprio de funcionamento, onde alguns posicionamentos são exigidos. O principal deles se relaciona a venda de imagens e modelos. Baudrillard (1995) indica a preponderância da lógica do lucro, em que todas as representações e signos são orquestrados para que se tornem modelos plenamente consumíveis, seria o caso da moral do espetáculo que se alastra indefinidamente.

No começo da novela, quando Sueli descobre que Amora cresceu no bairro da Casa Verde, ela não sossega enquanto não descobre referências sobre o passado da *it-girl*. Na passagem do dia 04 de maio, em que ela começa seu programa: “Ninguém acredita, mas a musa do *jet set* paulistano teve uma infância apagadinha”. Os moradores do bairro, avessos a esse tipo de exposição, se recusam a dar entrevista. Mas Socorro, fã de Amora, se habilita:

SUELI: alguém quer falar alguma coisa sobre o comportamento/personalidade de Amora?

SOCORRO: eu quero! Eu quero! Eu moro no mesmo lar que Amora, mas quando cheguei, ela já tinha sido adotada pela Bárbara. Mas ela é um exemplo pra mim, um exemplo de vida, ela é meu ídolo. Olha aqui [e mostra a tatuagem] sou presidente do fã clube dela. Amora, olha aqui, você é minha diva, é tudo pra mim [beija a tatuagem]. Amora linda, Amora, eu te amo!

De acordo com Lasch (1990), os meios de comunicação propiciam e estimulam o fascínio e adoração às celebridades, ao alçá-las a um patamar de “estrelas”, fabricadas para serem vistas, admiradas e copiadas. É exatamente assim que o próprio site da telenovela *Sangue Bom* define uma *it-girl*, “uma verdadeira *it-girl* oferece às suas fãs não só um modelo de estilo, mas um conceito de vida a ser seguido. Ela é capaz de influenciar e cativar num passe de mágica.”³⁷ Socorro se sente influenciada pela figura de Amora, a quem ela denomina como um exemplo de vida. Nessa lógica, ela faz de tudo para ficar perto de sua “diva” e embarcar no seu triunfo na mídia, o que acaba lhe distanciando de seus familiares e amigos. Conforme Debord

³⁷ Texto disponível em: <http://gshow.globo.com/novelas/sangue-bom/Fique-por-dentro/noticia/2013/04/do-closet-de-casa-para-o-mundo-entenda-o-que-e-uma-it-girl.html>. Acesso em: 11/02/2014

(2011), a moral do espetáculo aponta modelos eficientes e dominantes que se aproximam da totalidade social e se distanciam da expressão da singularidade. De forma similar ao que acontece a Narciso, afirma-se a um padrão contemplativo, em que o sujeito mais admira e cobiça do que realmente vive. Trata-se da aceitação das imagens influentes e bem sucedidas presente nos meios de comunicação que, em contrapartida, afastam o sujeito da compreensão e do conhecimento dos seus próprios desejos.

Vale ressaltar que Amora só se importa com Socorro como uma fã qualquer que lhe rende divulgação e elogios ou quando deseja algum favor especial. Na cena de 24 de julho, Amora aconselha Luz, quando ela questiona o tratamento da *it-girl* com Socorro.

LUZ: você trata essa menina tão mal...

AMORA: se eu tratar bem os fãs, eles pensam que são iguais a você... As celebridades precisam manter uma postura superior e distante, vai aprendendo que você vai ficar famosa.

LUZ: famosa ou não, vou continuar sendo eu mesma.

AMORA: impossível, a fama muda a gente!

Amora aborda o fato de aparecer na mídia como algo demasiadamente especial, capaz de atuar como critério diferenciador do restante dos outros sujeitos, por isso a necessidade de manter distanciamento daqueles a quem cabe somente a admiração ao modelo de sucesso apresentado. Quando ela diz que a fama modifica as pessoas, compreendemos na sua fala que os elogios e fascínio direcionados aos famosos o fazem internalizar o posicionamento em um patamar elevado, acima dos demais, com seus eu engratecidos.

Em relação aos programas que a novela representa, o primeiro deles é o *Luxury*, um programa idealizado por Lara Keller destinado à “classe A-A-A”, como ela e Amora fazem questão de enfatizar. Mas quando Lara tira licença maternidade, Amora começa a apresentá-lo e se nega a sair depois que Lara retorna, justificando que ela tem mais a “cara” do programa. O que Lara acaba comprovando, pois os entrevistados da alta sociedade preferem conceder entrevistas para Amora, além da influência que a *it-girl* tem com os patrocinadores, para quem ela já trabalha. Lara pensa em mudar o conceito do programa, voltando-o mais para as classes populares. Mas antes disso, o programa começava sempre: “Olá, gente rica e famosa de São Paulo!”. Compreendemos esse formato, uma espécie de colunismo social, como ambiente propício à ostentação perante os demais, de acordo com os critérios de diferenciação social e *status* demarcado pelas questões de consumo.

Também temos a saga Sangue Bom, de autoria e direção de Vitinho Barata, que mais parece uma adaptação tupiniquim da saga Crepúsculo³⁸. Entendemos a semelhança com a consagrada saga Crepúsculo como uma espécie de sátira as produções midiáticas atuais, que copiam e remodelam exemplos de sucesso. No seriado Sangue Bom, Felipinho faz o papel principal de Símbalo, um adolescente chupa-cabra. No entanto, ao longo das gravações, a desorganização impera, tanto que uma mesma personagem acaba sendo interpretada por vários atores, com a saída do último anunciante, “o guaraná Chupita”, a série teve de ser encerrada. Já a concorrente direta da saga Sangue Bom e responsável pela sua derrocada, a família Calabresa, mistura diversas referências para construir aquilo que a sua diretora resume como “humor pós-moderno”. Na série são mostradas situações esdrúxulas e fantasiosas com o único intuito de fazer rir, mas logo essa série também sai do ar, conforme a concorrência com um drama espírita exibido no mesmo horário.

Depois de perder a apresentação do Luxury, Lara Keller monta um reality show “A que ponto chegamos?”, o nome extremista já denota o teor da atração. Celebidades em decadência vão conviver juntas em um ambiente comum monitorado por câmeras. Na cena de 28 de outubro, Lara convida Vitinho Barata e Bárbara Ellen para integrar o quadro do programa:

BÁRBARA ELLEN: Como você ousa convidar a maior das estrelas desse país para participar de um reality show? Isso é ultrajante!

VITINHO: e eu? Um artista multimídia, autor, diretor, metrossexual, heterossexual...

LARA: a ideia é exatamente mostrar a face brilhante dos grandes artistas. Esse reality vai resgatar e ilustrar diante do grande público e, além disso, vai abrir portas para trabalhos futuros.

Esse formato de programa se coaduna à ideia de que na sociedade contemporânea, o privado deseja despontar publicamente. Desta forma, a banalidade da vida cotidiana do sujeito pode facilmente figurar em uma vitrine, seja com o objetivo de conquistar encantamento e admiração, para alçar *status* mercadológico ou para aplacar o anonimato de uma vida normal. Esse sujeito que pretende se mostrar ao outro, ainda que superficialmente, busca no olhar alheio, o engrandecimento do seu próprio eu. Por isso o grande sucesso de quadros e formatos associados a espetacularização de diários habituais.

A construção do *reality show* na trama satiriza esse tipo de gênero, em que a proposta de mostrar a “vida real” se coaduna com os jogos representacionais feitos para convencer o

³⁸Trata-se de uma obra ficcional escrita por Stephenie Meyer. Os livros (depois adaptados para o cinema) relatam os conflitos amorosos enfrentados por um casal formado por humana (Isabella Swan) que se apaixona por um vampiro (Edward Cullen).

outro daquilo que se quer aparentar. Bárbara chega a confabular com Vitinho como eles atuarão para ganhar o prêmio, na cena exibida em 30 de outubro, eles planejam:

BÁRBARA ELLEN: minha atitude diante da imprensa será blasé. Chamarei o reality de AQPC.

VITINHO: AQPC - A Que Ponto Chegamos! Revelando ao país o ser-humano por trás da celebridade.

BÁRBARA ELLEN: e que nós não somos apenas um rostinho bonito por trás da televisão...

VITINHO: exatamente, nós temos conteúdo, não somos só bíceps, no meu caso, um pernão grosso...

Esse tipo de formato televisivo ficou conhecido por lançar celebridades instantâneas e, portanto, acabou sendo encarado como lugar adequado para aqueles que querem aparecer e adentrar a mídia. Entretanto, na novela o *reality* será formado por nomes já conhecidos na imprensa, que terão a grande oportunidade de dar uma movimentada em suas respectivas carreiras midiáticas, de acordo com a exposição proporcionada.

4.1.6 Consumo: desejo e diferenciação social

Desde a ascensão da sociedade de consumo de massa, pautada no regime de produção fordista que acelerou o ritmo produtivo, os departamentos de publicidade, propaganda e marketing começaram a investir no consumo simbólico pleiteando o alargamento das vendas. Junto à funcionalidade dos bens de consumo foi integrado o valor abstrato de satisfação e distinção social, que poderia ser alcançado por meio de sua aquisição. Atualmente, a grande variedade de produtos no mercado, aliada as avançadas tecnologias de produção e propaganda, fomenta a ilusão de liberdade de escolha e do suprimento de satisfações particulares através da adesão a estilos de consumo. As propriedades subjetivas de realização pessoal se relacionam aos valores hedonistas e de personalização, ao tempo que acentuam o individualismo, contribuindo com o fortalecimento de perfis narcísicos, direcionados para interesses meramente íntimos.

De acordo com Lipovetsky (2007), trata-se do consumo emocional de um sujeito que, além da busca por despertar admiração e *status* através de determinados produtos, se importa com a sensação de deleite propagandeada pelos bens que consome, simbolizando a aura privatista presente no ato de consumir. Contudo, embora seja apregoado o sentimento de satisfação associado ao consumo, é a insatisfação que ajuda a manter o alto ritmo produtivo.

As propagandas de consumo, que o vinculam como saída imediata para a dor do desamparo estrutural, atuam, simultaneamente, na promoção de mais desagrado. Os atributos subjetivos relacionados aos bens de consumo não são planejados visando sua plena efetivação, mas visando incitar o eterno descontentamento que, por sua vez, gera mais e mais desejos de consumo. O sujeito vai estar sempre aquém do ideal de consumo propagado, simplesmente pela total impossibilidade de alcançá-lo.

Na atual fase capitalista, o fascínio gerado pelos bens de consumo encaminha para a ilusória restituição da onipotência primária e megalomaniaca do sujeito. Dessa forma, o consumo pode ser compreendido por congregação autocentrada, recuo libidinal, renúncia à realidade e distanciamento de laços afetivos. De acordo com esses atributos, analisaremos a sua construção na trama.

Na telenovela *Sangue Bom* temos a Class Mídia que se porta como negociadora de sedução e encantos, seja na campanha de marketing de sapatos, cosméticos, parque de diversões ou mesmo de um iogurte. Como o próprio Natan explica para Edu, em cena do dia 26 de setembro, “publicidade, meu caro, é a arte da sedução, nós seduzimos mulheres, homens, consumidores, se você não entendeu isso, mais um motivo pra eu te demitir.” De acordo com Freire Costa (1984), a publicidade atua para ludibriar o sistema de escolha do sujeito em favor daquilo que necessita vender, objetivando a permanente movimentação da economia capitalista.

Os motes das campanhas jogam com o lado emocional dos consumidores, ao falar a linguagem dos seus desejos. Motes que na novela, digam-se de passagem, nunca são criados pelo próprio Natan. Em um dos primeiros capítulos, na campanha de sapatos da marca “Scarpe Dolcetto”, Verônica cria o slogan: “Scarpe Dolcetto – para a mulher que sabe pisar”. Mas quando Natan apresenta essa ideia na agência (dizendo ser sua), o cliente não gosta e Érico e sugere alterá-la para “Scarpe Dolcetto – para a mulher que sabe onde pisa”, ideia prontamente aceita. Na trama, a sugestão da campanha teve boa resposta por associar o uso do sapato ao poder de decisão e confiança da consumidora.

Ainda na campanha dessa marca, identificamos a presença de uma característica que atravessa boa parte das questões de consumo na novela: a ascensão do poder de compra da classe C. Gambine, o dono da “Scarpe Dolcetto”, diz que não quer a figura de Amora estampando a propaganda, por ela aparecer mais do que o seu produto. No que Natan retruca: “Mas ela vende tudo o que aparece”. A própria Amora desdenha (pelas costas) do sapato, classificando-o como “chinfrim” se comparado a sua coleção pessoal e diz para Maurício que

só aceitou se associar a essa marca por causa da Class Mídia. Gambine acaba escolhendo a funkeira Brunetty para a campanha, argumentando que sua figura vende para o povão. Na cena de 10 de maio, Natan decreta para os seus funcionários: “temos que prestar atenção no clamor das massas, são eles que estão dando as cartas agora.”.

A atenção dispensada à classe C já se apresenta nos primeiros capítulos da telenovela, na construção do condomínio de luxo e shopping “Las Blumas”, localizado na Zona Norte. A proprietária define o empreendimento como uma espécie de confraternização com a classe C, embora tenha causado revolta aos moradores a forma com que partes importantes do bairro foram ceifadas do folheto promocional. Na cena de 30 de abril, Odila, moradora da Casa Verde, diz para Salma: “se o shopping tivesse funcionando, ia lá hoje mesmo para comprar um vestido bem lindo para o casamento da Renata.”.

As personagens da Casa Verde, embora aparentem simplicidade, estão inseridas na classe C consumidora. No entanto, elas são construídas longe de um consumo exibicionista ou demasiadamente supérfluo, mas isso não quer dizer distante das tendências apregoadas pelos ditames da moda e publicidade. Giane, por exemplo, pede que Charlene lhe ajude a escolher roupas para ficar mais feminina. Assim como Bento, que também vai ao shopping com Malu para mudar o visual. Douglas fica eufórico ao ser presenteado com um som de última geração por sua irmã Charlene e Renata demonstra muita vontade de comprar os sapatos que seriam vendidos no bazar de Amora.

Quando Giane começa a trabalhar como modelo, ela adora ser presenteada com os produtos das marcas que anuncia e até Socorro acaba pedindo alguns itens para a vizinha. Mas Socorro sonha mesmo é com a vida de cartão de crédito desregrado que Amora leva, em que marcas e grifes atolam seu guarda-roupa e seu closet, que soma mais de 600 pares de sapatos. Na Casa Verde, a relação com os bens de consumo e tendências da moda aparece nos figurinos, na decoração das casas e nos aparelhos tecnológicos utilizados pelas personagens. Entretanto, esses valores de consumo, que extrapolam a simples funcionalidade do produto, não chegam a suplantar ou prevaricar os valores afetivos de cooperação entre os vizinhos e amigos. Nem mesmo chegam assumir caráter classificatório ou a servir como critério para qualquer tipo de envolvimento.

Amora, como *it-girl*, ostenta em tendências da moda a riqueza que lhe cerca. São roupas, bolsas, acessórios e principalmente sapatos, tudo que ela consome (ou tem o nome associado) parece virar sinônimo de requinte e sofisticação. Na cena de 16 de maio, Malu ironiza o esforço empreendido por Amora que, segundo ela, só tem que sorrir e tirar fotos.

Bárbara Ellen defende: “sua irmã empresta a imagem dela para os produtos que representa e ter imagem de sucesso exige muito empenho e determinação.” A imagem de bem-sucedida de Amora (bem-sucedida no sentido de sucesso midiático) vende e é por isso que além de representar um ícone da moda, ela também é modelo e apresentadora.

Malu critica o fato de Amora e Maurício formarem uma marca, porque a imprensa trata os dois como o casal perfeito, não por eles deixarem transparecer amor ou sintonia, mas pelos valores de consumo que unem suas imagens: ela, uma *it-girl* famosa, e ele, o melhor partido de São Paulo. Maurício é chamado de “mauricinho”, o que pode parecer despreziosamente o diminutivo de seu nome, entretanto, as personagens que fazem uso dessa associação objetivam classifica-lo como riquinho que gosta de conforto, viagens, roupas caras e vida boa.

No capítulo de 13 de junho, o dono da Cosy Bed solicita à Class Mídia que Amora e Maurício estampem juntos a campanha da marca, a fim de associar a imagem de casal refinado à propaganda de lençóis. Em consonância com a imagem sofisticada de Amora e Maurício diante da mídia, Verônica sugere que o mote seja: “Cosy Bed – porque amar é um luxo”, porém, mais uma vez Natan vende a ideia como sendo originalmente sua. A relutância de Amora em abandonar Maurício, por quem ela não nutre intenso sentimento, se relaciona ao medo de deixar de lado a marca (do casal) que tanto vende e que tanto gera lucro para posterior consumo.

Nas cenas em que Bárbara Ellen deseja amedrontar Amora em relação ao seu envolvimento com Bento, ela diz que um jardineiro nunca poderia financiar sua vida de grifes caras e marcas de luxo. “Ele não tem cacife pra bancar nem sua água mineral, você aprendeu na carne que riqueza e conforto são tudo!”. Ou como na cena de 27 de maio:

BÁRBARA: loucura romper com Maurício, vai trocar um príncipe por um jardineiro? Já parou pra pensar como vai ser sua vida? Onde você vai guardar todos os seus sapatos? Em um puxadinho com cortininha?

AMORA: mãe, para de me torturar.

BÁRBARA: olha sua expressão de horror ao imaginar sua vida com ele.

Nesse aspecto, mãe e filha se assemelham. Bárbara admite que só deu o golpe em Plínio Campana porque ele era mais rico que Vitinho Barata, seu noivo na época. Ela diz que sempre achou Plínio um “pé-no-saco” e ainda acrescenta que a distância dele era sanada pelo uso do cartão de crédito, justificando que descontava o desastre do casamento nas compras. Mãe e filha substituem relações afetivas pela satisfação privada presente no ato de consumir. Bárbara assume que não age movida por paixões, mas por interesses, sobretudo, financeiros.

Ela estima um consumo mensal de 20 mil reais em artigos que considera de “primeira necessidade”. Quando Malu diz que não vai mais sustentar a mãe e a expulsa de casa, Madá a abriga em sua residência na Casa Verde e diz que Bárbara vai ter que passar, lavar e cozinhar, mas ela responde: “nada disso, passe você em uma *rotisserie* e traga coisas chiques!”.

Na trama, não só Amora e Bárbara Ellen nutrem interesse naquilo que podem consumir com vultosa riqueza e que acreditam ser responsável por torná-las especiais, de acordo com o critério de diferenciação social. Damáris humilha os empregados, o tempo todo, porque eles não podem se vestir como ela ou porque não tem acesso aos mesmos bens. E quando ela vai morar na Casa Verde com Lucindo, pede para ele construir um puxadinho para fazer de closet, pois a casa não comporta seu volume de roupas, sapatos e acessórios. Mel aprendeu com a mãe e também ostenta um closet que ela diz ser bem maior que o *flat* em que seu pai mora. Assim como a irmã, Tito também conhece boas lojas e desdenha que o dinheiro que ganhou como modelo não deu nem para trocar seu guarda-roupa. Por ser um pai ausente, Wilson tenta suprir o relacionamento com os filhos através de bens materiais, alegando que sempre deu tudo a eles. Porém, Vinny contesta dizendo que sempre faltou o mais importante: afeto e atenção, como se estes não fossem substituíveis por nenhum bem de consumo.

Camilinha, filha da empresária Bluma Lancaster, ostenta o título de patricinha pelo seu estilo de vida opulento. Na escola, ela comandava o *bullying* contra Xande, motivada pelo fato dele ser um aluno bolsista e, portanto, estar de fora do círculo de consumo dos seus amigos endinheirados. Essa circunstância de humilhação marca tanto Xande, que durante muito tempo ele se sente diminuído perante os demais e acaba por descontar sua raiva em outras personagens menos abastadas, chamando-as de “pobrinhas” e “gentinha”.

Edu, publicitário da Class Mídia, também tem o hábito de menosprezar aqueles que não usam roupas da moda ou não têm posses, no final da trama quando fica desempregado, ele começa a namorar Júlia por interesse. Apesar de ela estar grávida dele, ele só se importa com o cartão de crédito. Um exemplo pode ser demonstrado na cena de 31 de outubro, em que Júlia fala com Edu pelo telefone:

JÚLIA: Edu, ligaram da administradora do cartão de crédito confirmando um valor absurdo, foi o quê? Roupinha de bebê? Como assim, Edu? Seu guarda-roupa nem fecha mais de tanta roupa. Ahh, não tinha roupa para entrevista de emprego? E eu lá tenho dinheiro pra pagar juros de cartão?

Fabinho também sonha em fazer parte do universo de consumo desenfreado, mas impossibilitado, ele desconta seu ódio na mãe e menospreza tudo que eles têm. Desde que seu

pai adotivo morreu, ele e a mãe ficaram financeiramente apertados, vivendo apenas com o dinheiro da venda de bolos. Mas quando ele descobre a possibilidade de ser filho de Plínio Campana, quer logo tomar posse da sua parte na herança para finalmente ter acesso a tudo que sempre quis. Porém, antes de sair em busca de seu reconhecimento paterno, ele rouba uma moto esportiva e furta o dinheiro de uma cliente da sua mãe para comprar boas roupas. Chegando a São Paulo, para se inserir em alguns grupos mais abastados, ele começa a inventar que tem pais milionários, mente que vem de uma temporada na Europa, fala sobre viagens, bons restaurantes e Mel logo cai em seu papo sobre jatinho particular e começa a namorá-lo.

Antes mesmo do exame de DNA ser confirmado e Fabinho receber sua parte na herança, ele entra em várias lojas no shopping comprando tudo que vê pela frente, estourando o limite do cartão de crédito. Com a ajuda de Mel, Fabinho esnoba funcionários dizendo que não gostou de nada, que achou tudo “muito simples” e diz que se ele quisesse compraria o shopping todo só por diversão.

Os programas midiáticos da trama também tem sua parcela de preocupação com o consumo gerado pela audiência. Na batalha pela apresentação do *Luxury*, programa destinado à alta sociedade de São Paulo, Amora argumenta que faz campanha para todos os patrocinadores e que por essa razão deveria ficar no comando do programa, de acordo com identificação mantida com os anunciantes, com os entrevistados e com o público. Como Lara Keller se vê sem escapatória nesse quesito, já que a imagem de Amora é realmente mais capitalizada comercialmente, ela diz que o público-alvo do programa vai mudar e Amora indaga: “de que adianta uma audiência sem poder aquisitivo?”, em cena no capítulo do dia 23 de maio.

Por fim, as questões de consumo na trama, principalmente no núcleo que não o da Casa Verde, promovem os critérios de diferenciação social que, por sua vez, geram um clima acirrado de disputa. A aquisição de bens de consumo, sobretudo de marcas reconhecidas, tanto simboliza a expressão de um hedonismo individualista, quanto se relaciona ao objetivo de aplacar as inseguranças sociais provocadas pela diversidade de referenciais e indicativos de *status* e sucesso. As competições, proporcionadas pela distinção do consumo, geram inveja, cobiça e ansiedade e colaboram na fragilização dos laços edificadores entre os indivíduos, que se enxergam mais como rivais.

4.1.7 Fenômenos aparentes

A preocupação com a aparência, que tanto se relaciona com a decrepitude da juventude corporal, quanto à forma de bem aparecer perante os demais, está representada na trama com intensidade correspondente à participação da mídia na construção do enredo. A atenção dedicada aos valores aparentes acentua-se de acordo com a exposição propiciada pelos meios de comunicação, sobretudo pelo uso das tecnologias midiáticas e os valores de consumo facilmente associados à imagem. A publicidade e propaganda midiática incitam a preocupação com a aparência e com a forma de se mostrar exteriormente.

A relação com os outros, ainda que desinvestida de consubstancial interesse, contribui para a conformação da imagem aparente do sujeito, voltada para o exterior e baseada nos direcionamentos impostos pelos modelos veiculados nas plataformas midiáticas. Segundo Nascimento (2011), a imagem apaixonante que o Narciso contemporâneo investe, se forma de acordo com os imperativos apregoados pela indústria cultural. Pois o sujeito que objetiva ser admirado pela imagem que exhibe, necessita adotar os modelos sugeridos como eficientes e legitimados como tal. São direcionamentos acerca de estilos, comportamento e potencialidade corporal. Desta forma, nesse panorama de cobranças por desempenhos satisfatórios, a prerrogativa da obsolescência do corpo se torna intolerável. Assim como a sensação de desajuste, provocada pela despadronização.

A descrição do que seria uma *it-girl* já traz indícios da importância direcionada à imagem. Pois uma *it-girl* se firma como tal através do reconhecimento do seu estilo, considerado como digno de admiração e exemplo de eficácia, capaz de angariar seguidores, que a tomam como referência de moda, beleza e comportamento. Portanto, a imagem formada pela *it-girl* pode ser usada mercadologicamente para vender não só tendências, bem como produtos associados ao seu nome, como no caso de Amora. Essa personagem compreende bem a dimensão de sua influência, por isso cuida para estar sempre impecável e para afastar qualquer mancha que ameace sua imagem (principalmente frente à mídia).

A *it-girl* Amora não sai de casa sem maquiagem e cuida para não ter olheiras ou celulites. No capítulo de 07 de maio, ela recusa um lanche na casa de Salma, porque diz que não ingere frituras, nem embutidos. Todas as cenas em que Amora aparece no café da manhã, ela toma apenas um suco verde³⁹ e somente em ocasiões especiais se permite um alimento

³⁹De uns anos para cá, o suco verde ganhou fama como desintoxicante alimentar. O suco, geralmente feito com uma mistura de couve, pepino, salsa e água de coco, ficou conhecido como a “bebida da moda” para quem quer

mais calórico, como no dia em que se vingou de Fabinho. Quando Amora e Bento se reencontram no Kim Park, no capítulo de 24 de maio, ela resiste em brincar na montanha russa para não bagunçar o cabelo e não aceita comer cachorro-quente, justificando que se comer perderá metade do seu guarda-roupa.

Amora cumpre rituais diários de beleza, com cremes e máscaras. A bancada do seu banheiro, quando enfocada na novela, deixa à mostra muitos cosméticos. Mas além do cuidado especial com o corpo e com as vestimentas, Amora também tem bastante preocupação com o que aparece na mídia relacionado ao seu nome, entendendo que a formação de sua imagem abarca todos os aspectos aparentes da sua personalidade. Na cena exibida em 29 de maio, Amora diz que vive de sua reputação e Bento ironiza: “Entendi, esse é o bem mais precioso da *it-girl*.”

Socorro, enquanto líder do fã-club de Amora, representa as admiradoras que aspiram ser como ela. O visível exemplo de sucesso, beleza e desenvoltura da *it-girl*, intensamente divulgado na mídia, repercute em Socorro que busca seguir seu modelo.

SALMA: Socorro, porque você idolatra tanto Amora, o que ela tem de especial? Além de posar em capa de revista?

SOCORRO: ela é uma vencedora, veio de baixo como eu, uma órfã. Amora é meu exemplo de vida, eu quero ser top como ela. Pena que não sou tão bonita como ela e nem tive a mesma sorte.

SALMA: sorte por não ter sido adotada por uma desequilibrada que nem a Bárbara Ellen?

SOCORRO: mas ela é rica e famosa

GILSON: você cresceu em uma casa boa, cheia de amor, tem uma boa profissão, deveria dar mais valor a tudo que tem.

A idolatria que Socorro nutre por Amora ofusca tudo aquilo que lhe cerca, pois ela só consegue enxergar o desejo de se igualar a sua musa, representante de vitória estampada em capas de revistas, jornais, *outdoors* e demais plataformas midiáticas. Por não ter a silhueta tão longilínea quanto a de Amora, Socorro faz dietas radicais para tentar emagrecer. No capítulo de 28 de maio, ela diz que está se alimentando apenas de abacaxi com o intuito de perder peso, porém Odila e Salma a repreendem, dizendo que ela é bonita do jeito que é, mas ela não se convence, pois seu parâmetro de beleza é Amora. Depreendemos dessa representação a forma doentia com que os sujeitos acabam perseguindo modelos fabricados artificialmente e sucumbindo ao sentimento de fracasso por não conseguir alcança-los, sobretudo por se tratar da busca por imagens propositalmente forjadas.

emagrecer. Assim como roupas, maquiagens e acessórios, até mesmo itens de dieta ganham destaque e viram sucesso, principalmente se forem preconizados por celebridades.

Para agradar sua “diva”, Socorro monta um álbum personalizado com fotos de Amora e no momento da entrega, na saída do evento “Publicitário do Ano”, Amora a ignora e fecha a porta do carro na sua cara, fazendo com que ela leve um tombo. Em seguida, Socorro chora explicando para Bento que Amora a viu, mas ficou com vergonha de ser fotografada ao lado dela, pois ela estava gorda e mal vestida. “Mas se eu emagrecer e me vestir melhor, ela não vai ter problema.”, disse em cena de 18 de maio. Diante dessa circunstância, Bento se revolta com a atitude de Amora e com a submissão de Socorro, e aceita a proposta feita por Malu de ficar famoso para dar uma lição em Amora. Na cena de 20 de maio eles têm o seguinte diálogo:

BENTO: o mais triste é Socorro achar que Amora virou a cara para ela, porque ela tá gorda ou não tava bem vestida para aparecer ao lado da *it-girl*.

MALU: mas ela já até desculpou, é uma visão distorcida!

BENTO: pra você ver o poder do mundo da fama, da grana e de tudo que gira em torno dele. A gente acha isso tudo uma besteira, mas o poder de sedução desse universo vira a cabeça das pessoas de uma maneira que elas param de raciocinar.

MALU: se raciocinassem não compravam por verdade o que sai nas revistas.

Malu alfineta sobre a falsidade aparente veiculada na mídia, sobretudo por conviver com Amora e Bárbara e saber que a realidade é bem diferente do que sai publicado visando admiração. Por compreender como funciona o jogo da imagem na mídia e com a intenção de adentrar o mundo dos famosos, a primeira coisa que Malu propõe é que Bento compre roupas novas e sofisticue a sua aparência. Então, os dois capricham no visual para ir a um evento em que a imprensa vai estar presente. Bento chama atenção por sua beleza (e por estar acompanhado da filha de Plínio Campana) e logo começa a ser assediado para entrevistas e fotos. Os dois concedem entrevista para Lara Keller. As reações à entrevista são diversas, os irmãos de Malu dizem que ela estava linda e que fotografa super bem e ela só responde que “produzido qualquer um fica lindo!”. Mas Amora fica irritada e vai acertar as contas com Bento, em passagem do capítulo de 23 de maio:

AMORA: não é você que me achava fútil e vazia por aparecer o tempo todo na mídia? Quem é o Bento? E aquela roupa e aquele cabelo?

BENTO: quem vive de aparências é você, eu só sei me vestir bem quando preciso.

AMORA: vocês tão fazendo isso só pra me atingir. Não é o meu Bento.

BENTO: mesma coisa que eu penso de você, isso serviu como um espelho.

Bento provoca Amora porque ele a conheceu diferente, uma menina simples e verdadeira, como ele gosta de relembrar na novela. No entanto, a Amora *it-girl* não se importa em mentir, manipular situações ou passar por cima dos outros para preservar sua imagem de vitoriosa e elegante. As coisas só se modificam no final da trama, quando ela renuncia ao glamour midiático e a sofisticação para criar os sobrinhos longe da fama e da vida de aparências. Essa transformação é marcada por mudança não só de comportamento, mas de visual também. Amora começa a vestir roupas mais modestas, sem maquiagem e com o cabelo preso.

Por viver em função da mídia, Bárbara Ellen também não descuida da aparência, sobretudo pela sua idade. Ela chega até mesmo a dizer que no vídeo aparenta ter menos de 27 anos e que pode perfeitamente fazer papel de adolescente. Bárbara é adepta de cirurgias plásticas e cremes rejuvenescedores para tentar aplacar a ferocidade do tempo, em muitas cenas ela aparece em tratamento estético. Mas a preocupação com a imagem também se estende aos seus filhos adotivos, que ela força a fazer clareamento dental e dieta alimentar para ficarem “apresentáveis” na mídia. Bárbara também forja comportamentos para a construção de sua imagem midiática, fingindo ser uma mãe exemplar e uma mulher preocupada com as causas sociais, quando na verdade ela não se importa nem com uma coisa, nem com a outra.

Na festa de noivado de Amora, Bárbara expulsa Bento e Giane da sua casa por estarem mal vestidos, argumentando não querer que a imprensa fotografe os dois “maltrapilhos” na festa de sua filha e ainda chama Giane de “menininho”. Giane tem uma forma de vestir correspondente a sua personalidade despojada e prática. Entretanto, cansada de não ser notada por Bento, enquanto ele morre de amores por Amora, ela tenta mudar de estilo e pede ajuda à Renata para ficar mais “feminina”, no capítulo veiculado em 13 de maio.

RENATA: e aí? O que que aconteceu?

GIANE: ô, Rê, eu tava querendo aí umas dicas tuas. É que assim, pô, cê é aí ‘mô’ bonita, se veste aí ‘mô’ legal. Eu queria uns conselhos aí pra ficar mais feminina.

RENATA: mais feminina? Ah, por acaso isso teria alguma coisa a ver com um certo florista aqui da rua?

GIANE: tem nada a ver com ninguém, não...

RENATA: podia até te levar pra um banho de loja, mas será que você se sentiria bem? Estilo tem que ter a ver com você. Você só ia se sentir presa, artificial, ia perder o que tem de mais belo, seu humor. Você é linda, quem gosta de você, vai gostar do jeito que você é.

Renata aconselha Giane a se aceitar e a gostar do seu próprio estilo. Pois as normatizações acerca da aparência (e estilo) fortemente apregoadas pelos meios de comunicação por meio de modelos eficientes, distanciam o sujeito de sua singularidade e muitas vezes o fazem perder aquilo que tem de mais especial, levando-o a identificar-se com o que está posto como eficaz. Ao montar um novo estilo de ser e de vestir para Giane, baseado naquilo que socialmente se relaciona aos valores de feminilidade, Renata desvirtuaria Giane de suas demandas singulares. Pensamento semelhante ao de Rosemere, que critica Felipinho pelas transformações em nome da fama. Assim que ele começou a ser assessorado por Tábata, ela influencia uma mudança no seu guarda-roupa, no seu jeito de andar e até mesmo na forma de sorrir. Em cena de 15 de junho, Rosemere desabafa:

ROSEMERE: você tá entendendo, meu filho? Ela falou pra você ser outra pessoa, porque se você for como é, vão te chamar de idiota. Entendeu?

FELIPINHO: mas eu não sou idiota.

TÁBATA: é, você não é idiota. Mas você quer parecer uma pessoa infantil ou um cara legal, simpático?

ROSEMERE: ele não quer parecer nada, meu filho é como é, quem não gostar dele, que se dane.

FELIPINHO: pera aí, mãe. Não, Tábata, eu quero aprender!

ROSEMERE: aprender o quê? A ser alguém que você não é, meu filho?

FELIPINHO: mas mãe, eu quero melhorar minha postura, eu não quero fazer feio, entendeu?

ROSEMERE: olha aqui, meu filho, pra quê? Pra tirar foto no meio de um bando de gente fútil? É isso que você quer? É nisso que você quer se transformar?

Felipinho faz algumas concessões para continuar na mídia, mas quando Tábata o obriga a inventar um namoro falso com Brunetty para sacudir a carreira dos dois, ele não suporta o fingimento e acaba repensando se realmente quer viver de aparências. Circunstância em que ele aproveita para relevar à mãe que tem interesse em pessoas do mesmo sexo, o que acaba vazando para a imprensa. No entanto, ao invés de desmentir os boatos, segundo as ordens de Tábata e Vitinho, Felipinho se assume homossexual para todo o país e viaja para Nova York em busca do seu sonho de ser ator de musical. Em meio às aparências que precisam ser mantidas para permanecer na mídia, Felipinho opta por ir atrás daquilo que acredita que vai lhe fazer feliz.

Enquanto Giane continua se sentindo inferiorizada pelo desprezo de Bento que não a vê como mulher, mas mais como uma irmã mais nova ou um grande amigo. Os outros rapazes do bairro comentam que Giane tem postura e jeito de “menino” e que ela nunca vai conseguir arrumar um namorado se não adotar uma atitude mais “feminina”. Atitude que começa com o

jeito de se arrumar, então ela aceita ajuda de outra vizinha, Charlene, que a maquia e a aconselha a vestir um vestido. Na cena do dia 22 de junho:

GIANE: nem parece eu!

CHARLENE: não falei que tinha uma menina linda escondida aí? Não é pra você ser outra pessoa, mas você se olhar desse jeito, se namorar. Você vai se descobrir uma mulher, aí, minha filha, não tem pra Amora, Malu, não tem pra ninguém. Você vai conseguir o homem que quiser em um estalar de dedos, é só questão de tempo pra se acostumar com sua beleza.

Charlene faz a associação entre beleza e sedução, por isso diz que Giane poderá ter o homem que quiser, contanto que se enxergue como mulher. Os padrões culturais utilizados pelas personagens da trama sobre o que é ser mulher ou sobre o que é feminilidade aparecem relacionados à vaidade e à preocupação com a aparência. Giane também faz essa associação, pois embora resista em se produzir no dia-dia, durante a noite ela invade o quarto de Bento enquanto ele dorme, porém só quando está arrumada de acordo com os padrões estéticos apregoados, sobretudo pela imagem de Amora na trama (já que por ser *it-girl* ela toma a frente como referência de moda e estilo).

Silvério também se porta como entusiasta para que Giane se arrume mais e sugere que a filha assista vídeos na internet sobre maquiagens e roupas. Até que na cena de 03 de julho, Caio, fotógrafo de modelos e produtor do Luxury, vê Giane olhando uma vitrine no shopping e insiste para que ela faça um *book*. “Olha, você ficaria ainda mais linda se se arrumasse!”. Ela fica desconfiada e Amora a envenena dizendo que Caio só quer brincar com a cara dela. Interessante notar que, apesar de Caio reparar na beleza de Giane, ele também a aconselha a se arrumar mais, como se ela não devesse se contentar em ser naturalmente bela, devendo submeter-se aos modelos padronizados sobre a beleza. No capítulo de 10 de julho, mais uma vez, Caio tenta convencer Giane:

CAIO: eu nunca te enganei. Eu acho sim que você devia fazer um *book*, porque você é linda, menina! Você faria muito sucesso como modelo, mas se a tua autoestima ela é tão baixa a ponto de você achar que é mentira quando um cara te faz um elogio, quando um cara diz que você é bonita, eu não posso fazer nada! Só uma última coisa, se você conhece a Amora tão bem quanto eu, por que você preferiu acreditar nela, Giane?

GIANE: ah, sei lá, ninguém é tão legal assim comigo, pra vim me elogiar de graça.

Por não acompanhar tendências de moda e nem se assemelhar aos padrões legitimamente associados à beleza feminina, além de se sentir diminuída pela não reciprocidade dos sentimentos por Bento, Giane desconfia ao ser enaltecida por Caio. E Amora ainda contribui, ao dizer que ele só podia estar brincando quando viu nela um potencial para a carreira de modelo. Mesmo revoltada com a intriga de Amora, Giane só aceita fazer as fotos quando as duas discutem e Amora a humilha por sua aparência física. Na cena de 11 de julho, Giane vai à casa de Bento toda arrumada, no entanto, quem está lá é Amora e as duas começam a se agredir.

AMORA: cê pulou a janela? Isso é invasão de domicílio! Agora para tudo, por que você tá vestida desse jeito ridículo?

GIANE: eu lá te devo satisfação?

AMORA: ah, eu já entendi! Cê veio aqui pra seduzir o Bento, claro, agora que ele tá comigo você resolveu atacar!

GIANE: eu não quero nada com o Bento não, ele é um otário. Eu tenho é dó do Bento por ele gostar de uma cobra feito você!

AMORA: dó sinto eu dessa ‘maquiagenzinha’ tosca, desse vestidinho chinfrim. Garota, cê ainda tá acreditando naquela história de virar modelo? [risos] Nossa, você é muito mais sem noção do que eu pensava! [risos]

GIANE: cara, você é muito ruim, né, Amora? Olha, o Bento ele pode tá cego agora, mas uma hora ele vai enxergar você como você é e vai cair fora!

AMORA: não, pela porta não! Sai por onde você entrou, senão dá má sorte. [risos] E pode ficar tranquila que eu não vou contar pra o Bento que você baixou aqui fantasiada de retirante, tamanha vergonha alheia que eu sinto de você. Não, porque eu sempre te achei um tribufu naquele visual de ‘mano’, agora pelo menos disfarçava o corpinho. Garota, você tá tão, mas tão ridícula, tão patética com essa roupa, que eu não sei como você tem coragem de sair de casa desse jeito!

GIANE: e você hein, Amora, não tem vergonha de sair de olho roxo? [soca a cara de Amora e as duas começam a brigar fisicamente]

Depois da discussão, Giane aceita a proposta de Caio e faz fotos para um *book* profissional e logo é chamada para fotografar a campanha de algumas marcas, sobretudo para os clientes da Crash Mídia. Assim que Giane dá início à carreira de modelo, ela começa a realmente investir no visual, adotando novo corte de cabelo, maquiagens para o dia-dia e salto alto. Em 23 de julho, Bento vai à agência falar com Érico e Maurício acaba mostrando as fotos do *book* de Giane, Bento fica impressionado: “nossa, é a Giane, ela tá linda!” E vai cobrar explicações para sua sócia.

BENTO: Giane, por que você não me disse que vai ser modelo?

GIANE: eu falei pra aqueles idiotas não te contarem...

BENTO: que diferença isso faz? Eu ia acabar te vendo toda linda, que nem cê tá agora.

GIANE: pra você ver, que se eu quiser eu consigo ficar tão bonita quanto a Amora.

BENTO: eu sempre te achei bonita...

GIANE: Bento, você nunca nem me enxergou, né? Eu tive que trocar de roupa, mudar meu cabelo, fazer caras e bocas pra você prestar um pouco de atenção em mim.

Apesar de Bento criticar a fixação de Amora pela aparência, ele mesmo só consegue perceber a beleza de Giane quando ela muda o visual e começa a se arrumar semelhante à Amora – no caso, utilizando parâmetros legitimamente relacionados à como a mulher deve se ajeitar para exaltar sua beleza e, conseqüentemente, para seduzir os homens. No estilo novelístico é o famoso caso do patinho feio que sempre gera expectativas pela transformação na aparência, seguida dos desdobramentos que a mudança provoca no enredo. No caso de Sangue Bom, Bento fica um pouco balançado, no entanto, os dois não assumem romance. Giane acaba desencanando do seu sentimento e começa a namorar Caio, enquanto Bento e Malu se aproximam emocionalmente.

Vale a pena ressaltar que a mudança de Giane é utilizada em boa parte dos *merchandisings* da trama. Ao se tornar modelo, a imagem de Giane é associada ao potencial de beleza que pode ser ativado ao usar maquiagem Avon, sapatos Bottero e roupas Hering. Giane representa uma figura positiva dentro da trama - ainda que ficcionalmente, as marcas querem seus nomes agregados a boas imagens. Embora tenha se tornado uma modelo de sucesso, conhecida como um dos novos rostos mais bonitos do país e com aspecto impecável como exige a mídia, Giane não faz disso seu foco e nem adota uma postura superficial ou demasiadamente vaidosa. Apesar de ter deixado de lado o estilo mais largado, a personalidade despojada e as relações de proximidade permanecem, sem que sejam ofuscadas pela fama ou envaidecidas pelo reconhecimento público de sua beleza e carisma. Em outras palavras, embora tenha se moldado as regras do jogo para se sentir bonita e desejada, Giane não aparenta ter priorizado a aparência em detrimento aos sentimentos mais profundos.

Assim como Giane, outras personagens também utilizam estilos e tendências da moda que estão em voga na sociedade ou mesmo lançam moda, em relação a penteado, roupas, sapatos, acessórios e até mesmo cor de esmalte. As personagens estão sempre alinhadas em relação à estética, do contrário só propositalmente para focar algo específico, como no caso de Giane (mas vale assinalar que ela não representa uma personagem mal vestida, apenas relaxada segundo seu próprio estilo). A atenção com a estética faz parte do encantamento proporcionado pela telenovela, onde recortes da realidade são maquiados e enfeitados para melhor aparecer (e vender).

Em *Sangue Bom*, a maioria das personagens aparenta capricho na arrumação, além da preocupação com a beleza corporal, vide as massagistas da novela (Brenda e Odila) que fornecem drenagem linfática para a redução de medidas e são bastante requisitadas. O receio do sobrepeso atormenta as personagens. Camilinha e Lara, por exemplo, exaltam suas respectivas “magrezas” como sinônimo de beleza, bem como Amora e Tina. Charlene insulta Damáris como gorda apenas com o intuito de ofendê-la. Edu critica Júlia dizendo que ela não tem corpo para usar determinado tipo de vestido. E Bárbara Ellen obriga Dorothy, que é uma criança, a tentar emagrecer, pois diz que a menina está comendo muito e pode virar uma “balofa”.

Quando Tina posta na internet fotos de Bárbara distorcidas, em que ela aparece com muitas celulites, os comentários agressivos a chamam de “baleia assassina” e “vaca”. Mas Sandrona é a maior vítima de preconceito da novela, começando pelo aumentativo já embutido em seu nome. Como funcionária do Kim Park, as piadinhas com a sua aparência já marcavam presença, mas quando ela fica famosa, as críticas se intensificam, como se uma pessoa mais avolumada não pudesse fazer parte deste seletivo mundo de aparências, uma vez que sua aparência física não se identifica como exemplo legitimado de sucesso corporal. Em geral, a boa aparência construída na trama se relaciona a corpos magros ou malhados, Vitinho se vangloria constantemente de ter um corpo escultural e um “pernã” grosso semelhante ao dos jogadores de futebol.

Seja no bairro da Casa Verde ou nos Jardins, as personagens aparecem fazendo as unhas, em tratamentos capilares, se maquiando, passando hidratante ou mesmo se ajeitando e admirando frente ao espelho. Compreendemos que, de maneira geral, as personagens construídas na novela querem bem aparentar e por isso se preocupam com o aspecto externo. A trama constrói a aparência, sobretudo física, como importante fator relacionado ao fortalecimento da autoestima e do amor por si mesmo. Mas a preocupação excessiva com o exterior, que acrescenta superficialidade aos laços afetivos e precarização na forma de enxergar e de se deixar mostrar para o outro, encontra-se mais facilmente relacionada àquelas personagens que estão ou querem obstinadamente aparecer na mídia.

4.1.8 Relação com o outro: empatia e competição

De acordo com Freud (1996), o sujeito se constitui na relação estabelecida com o outro, presente desde o princípio como um modelo, exemplo ou rival. Essa relação

estruturante se dá inicialmente no âmbito familiar, depois no convívio em sociedade. Quando se fala em narcisismo, a relação com o outro se porta como principal questão, haja vista que a fase narcísica inicial é superada em direção aos ideais culturais e ao objeto. O cerceamento da megalomania e onipotência infantil, possibilitado pelo encontro alteritário, torna-se um dos responsáveis por uma convivência pacífica e respeitosa em determinada comunidade/grupo. Ao tempo em que o narcisismo secundário, enquanto forma patológica da não superação do narcisismo primário, acontece em decorrência da inabilidade em lidar com a alteridade, fazendo com que o sujeito deseje retornar à fase inicial, em que era seu próprio objeto.

A cultura contemporânea, pautada nas questões de consumo e midiaticização, favorece algumas formas de precarização dos laços afetivos, sobretudo em se tratando da influência particularista em satisfações privadas. A fragilidade das relações, decorrentes de desinteresse e desinvestimento na alteridade, dá lugar a uma sensação de vazio e apatia. No entanto, embora mediante o distanciamento no outro, este ainda serve como fonte de legitimação e de plateia, a quem o sujeito deve arrancar admiração e por que não, inveja? Mas se de fonte de edificação egóica e trocas libidinais, o outro passa a ser encarado meramente como um rival ou competidor, acaba influenciando uma debilidade no próprio eu.

As relações com a alteridade são representadas a partir dos grupos de convívio das personagens, nesse caso, notamos uma clara divisão entre núcleos. A cooperativa de flores mantida pelos moradores já dá indícios do ambiente colaborativo em que se vive no bairro da Casa Verde. Os vizinhos se preocupam uns com os outros e dedicam seu tempo para amparar um amigo que esteja precisando de algo. Todos eles se tratam com intimidade familiar e tomam para si as preocupações e os problemas alheios. O clima de acolhimento e partilha causou admiração em Margot, recém-chegada ao bairro, na cena de 26 de outubro: “Tão lindo as pessoas se ajudando e colhendo flores.”

No primeiro capítulo da novela, os moradores se juntaram em um *flash mob*⁴⁰ para protestar contra a construção de um condomínio e shopping de luxo, o Las Blumas. A revolta surgiu porque a dona do empreendimento, Bluma Lancaster, esnobou a existência dos moradores no entorno da sua construção, em uma entrevista concedida à Amora. Além disso, a escola de samba e a pista de skate do bairro foram banidas do folheto promocional. Indignados, os moradores se reuniram e fizeram uma espécie de festa popular do lado de fora

⁴⁰ Agrupamento instantâneo de pessoas em determinado lugar, com a finalidade de executar uma ação coletiva, geralmente com música e dança. Esses encontros são previamente agendados, seja por reuniões presenciais ou via convites virtuais.

do coquetel de lançamento, cantando e dançando juntos. Salma e outros moradores gritavam: Viva a Zona Norte! E Rosemere arrematou: “Essa gente economicamente prejudicada mostrou o seu valor!”, em alusão ao menosprezo com que Bluma se referiu aos moradores do bairro.

Outra demonstração da forma companheira com que os vizinhos se tratam está representada nas festas de aniversário que acontecem no Cantaí. Sempre que algum deles aniversaria, os amigos fornecem uma comemoração cheia de homenagens, momento em que eles dizem o porquê daquela pessoa ser especial na vida deles, foi assim no aniversário de Nestor, Lucindo, Salma e Bento. Eles também tomam para si as dores e alegrias dos amigos. Qualquer coisa que aconteça com um deles, repercute nos demais, que procuram conversar, oferecer sugestões, conselhos, como uma forma de envolvimento e cumplicidade. O que para Amora e Bárbara soa como “intromissão de quem não tem o que fazer”.

Interessante notar que as personagens que se mostram mais envolvidas com as outras, se identificam com o bairro da Casa Verde, foi assim com Vinny, Malu, Madá, Emília, Irene, Verônica, Simone e Margot. Malu foi parar na Casa Verde com o intuito de entrevistar Bento para um trabalho da sua pós-graduação, mas depois de conhecer sua história e a dos moradores dali, não parou mais de frequentar o bairro. Verônica também se encantou pelas pessoas que ali residem, apesar de já trabalhar com Tio Lili e Renata, ficou amiga de Rosemere desde a primeira vez que se encontraram no Cantaí. Disfarçada de Palmira Valente, Verônica rapidamente se identificou com o jeito despachado e afável da garçonete, logo ali também se apaixonou por Érico. Porém, no caso de Socorro acontece exatamente o contrário, ela sonha em sair do ambiente fraterno do bairro para adentrar o mundo de fama em que vive Amora.

Na cena de 09 de agosto, Irene e Malu conversam sobre a vida e comentam que a melhor terapia é fazer algo pelo próximo. Quando Simone, irmã biológica de Amora, precisa de um transplante de medula óssea, Bento começa uma campanha para ajudar a encontrar um doador compatível e boa parte das personagens se engaja na campanha. Da mesma forma, quando a Toca do Saci é destruída (por incêndio criminoso de Amora), Maurício convoca um mutirão para ajudar na reconstrução do prédio e a reforma vira uma grande celebração de união e amizade.

Diferentemente do clima afetuoso e pacífico da Casa Verde e da Toca, os sentimentos de inveja e competição imperam nas relações do mundo dos famosos. Por ser uma *it-girl* conhecida, com um guarda-roupa cobiçado por muitas meninas, Amora se sente bastante

invejada e desconfia de todos. Na cena de 07 de maio, Amora insiste que aprontaram para lhe desmascarar em frente às câmeras e Malu diz que ninguém se daria ao trabalho de pesquisar todos os seus passos só para ferrá-la. Ela responde: “você não tem noção da quantidade de gente que quer tomar meu lugar, tô cercada de gente invejosa”. Em muitas cenas, Amora acusa Malu de sentir inveja do seu sucesso e das suas coisas, assim como também acusa Lara Keller e qualquer outra pessoa que acesse o seu caminho.

Da mesma forma que a filha, Bárbara Ellen também se sente invejada pela sua fama. No capítulo de 11 de junho, ela recebe ameaças em um email anônimo (enviado por Tina). Natan questiona quem poderia ter feito isso e a atriz responde: “sei lá, gente com inveja de mim é o que mais tem nesse mundo! Ou você pensa que uma estrela de primeira grandeza não incomoda os medíocres?”. Bárbara também é acusada de ser uma atriz competitiva no seu ambiente de trabalho, capaz de desestabilizar o clima em todas as produções que participa.

Lara Keller e Amora disputam uma vaga no Luxury, por isso a relação das duas se resume a uma exaustiva competição para saber quem é melhor, a mais sofisticada ou a mais requisita pelos patrocinadores. Todas as vezes que Lara cogita se casar, a sua preocupação não é com o noivo, mas com a festa, que tem que ser maior e mais luxuosa do que a de Amora. Natan propõe, na cena de 24 de maio, que as duas dividam a apresentação do Luxury. Lara diz que não vê problema: “não tenho medo dessazinha’ aí!”, como se as duas fossem se enfrentar em um ringue de luta, ao invés de trabalhar juntas. Mas Amora não aceita a proposta, argumentando que não quer queimar seu filme ao lado de Lara, em uma clara tentativa de desqualificar a futura “colega” de trabalho. Desde o primeiro capítulo da novela, Amora almeja apresentar o programa sozinha: “sou muito melhor do que a Lara, não vou só cobrir licença maternidade não, vão me contratar como apresentadora fixa.”.

Na televisão, a prática de acirrar a competição é representada como algo comum, Sueli Pedrosa incentiva disputas que atraiam barracos e trocas de farpas para o seu programa. Mesma tática usada por Vitinho Barata, que inventa competições entre os atores e atrizes de seu seriado para que eles se dediquem mais e cumpram exatamente com sua vontade. Como na cena de 10 de outubro, em que para convencer Mel e Mari a fazerem nu artístico, ele argumenta que a atriz que primeiro fizer, vai ficar muito mais famosa do que a outra e que logo poderá ser disputada para participar de um reality show. Rapidamente, as duas sucumbem ao medo de ficar em segundo plano e começam a se despir.

Na Class Mídia, o ambiente também é construído envolto por sentimentos de inveja e competição. Começa que Júlia, Edu, Natan e Fabinho nutrem uma inveja do desempenho de

Érico, sempre elogiado pelos clientes. Mas não só de Érico, qualquer um que se destaque em algum setor, eles tentam diminuir e menosprezar. Natan, enquanto chefe, só quer saber de ser enaltecido e babado pelos seus funcionários, que assim fazem na sua frente. Mas pelas costas, falam mal e debocham não só de Natan, mas uns dos outros. Entretanto, em meio ao clima de disputa da agência, Sílvia e Érico não alimentam conflitos com os colegas e se ajudam mutuamente. No capítulo do dia 13 de maio, Sílvia tece elogios a Érico porque ele se preocupou com o estado de saúde de Tina, que teve um surto e foi internada. “Você foi o único que perguntou pela Tina, porque todo mundo aqui só quer saber da sua própria carreira e de puxar o tapete do outro.”.

Não demora muito e Fabinho puxa o tapete de Érico, o que culmina na sua demissão – desejada há muito tempo por Natan. Enquanto Júlia e Edu comemoram o fato de Érico ter caído fora da agência, Sílvia se solidariza com a situação do colega injustiçado e também pede demissão. Juntos, os dois fundam a Crash Mídia, que logo ganha destaque no circuito nacional. Sílvia, apesar de ser uma pessoa ética e generosa, reconhece que o trabalho com publicidade exige traquejo para lidar com bons profissionais que pessoalmente têm caráter duvidoso. Ela direciona este conselho a Maurício, pois ele resiste em aceitar Fabinho de volta na agência por acreditar que o rapaz tem um perfil esnobe e competitivo.

As competições não se resumem apenas ao lado profissional, adentram as questões pessoais e chegam até mesmo aos bens de consumo adquiridos. Qualquer conquista serve para provocar a cobiça do outro. Por exemplo, quando Tina marca seu casamento com Vitinho, seus colegas de trabalho fazem um bolão de apostas para saber como o noivo vai fugir, o que Tina classifica como despeito porque ela vai desencalhar e eles não. Porém, mais adianta na trama, ao realmente ser abandonada no altar, Tina assume uma postura similar, invejando as personagens que têm relacionamento amoroso. Na cena de 30 de outubro ela demonstra cobiça porque Brunetty vai casar com Nelson, “não acredito que você vai casar com esse bofe bonito e rico? (...) não consigo lidar com isso, meu Deus, que inveja!”.

Juntamente a Edu, Júlia representa uma das personagens mais invejosas da trama, ela cobiça tudo que as outras pessoas têm, principalmente em se tratando de amor. Ela tanto inveja, quanto quer ser invejada. Mas na falta de ocorrências que causem admiração dos outros, ela chega a criar situações. No dia 10 de agosto, ela pede uma foto ao lado de Tito, com o objetivo de enviar a uma amiga da faculdade, rica e bem sucedida, almejando despertar-lhe inveja.

Edu também pretende causar cobiça e admiração nos seus colegas, por isso finge uma vida social agitada e intensa, como se ele fosse requisitado em milhares de eventos. Outra estratégia de Edu se resume a desqualificar as conquistas alheias. Ao ver o assédio da imprensa com Felipinho, ele o chama de “pop brega” e “pateta suburbano” e debocha do apelido de “famosinho da Casa Verde”. Mas semanas depois, grava um vídeo para concorrer ao novo “famosinho”, com clara vontade de estar no lugar daquele que criticou.

Entretanto, Júlia vai mais longe, no começo da novela ela contrata um “amigo de aluguel” para acompanhá-la no casamento de Tina, tudo para não parecer inferiorizada mediante os demais. Em 15 de maio, Cléo e Edu começam a suspeitar que Xande, ao invés do namorado dedicado e apaixonado de Júlia, é um modelo que está sendo pago para fingir o romance. Júlia fica bastante desesperada: “Tô perdida, eles só querem sacanear o próximo, invejosos!”. Apesar das negativas de Júlia, Edu e Cléo acabam confirmando os serviços de acompanhante de Xande. Serviço também utilizado por Damáris, que considera esse o único jeito de arranjar “amigos” nos dias de hoje: pagando.

As relações por interesse também são representadas no enredo, mas não só acerca de interesse financeiro, mas também interesse em status e glamour. Socorro justifica para Gilson, no capítulo de 04 de maio, que idolatra Amora porque: “se a gente quer subir na vida, a gente tem que ficar perto de quem chegou no topo. Tudo bem eu nunca vou ser alguém igual a Amora, mas se eu ficar perto dela alguma coisa vai sobrar pra mim, tenho certeza.”, para Lasch (1989), a mídia incentiva os sonhos narcisistas de notoriedade e prestígio, encorajando o sujeito a se identificar com as estrelas e se distanciar de seus semelhantes.

Segundo Freud (1996), o processo de identificação expressa o estabelecimento de um laço emocional com outrem, com o papel de transformar uma eleição libidinal de objeto em uma alteração no próprio ego. Conforme a identificação, o vínculo com o objeto possibilita a participação do outro na conformação do eu. Mas para Pedrossian (2008), na sociedade contemporânea, de acordo com a influência da indústria cultural, ao invés de uma identificação edificadora, ocorre uma espécie de identificação com o agressor. Pois o cenário de violência e insatisfação promove a identificação com o lado dominante, ocorrendo a identificação com ideais inalcançáveis, segundo os moldes propagados pela cultura midiática e de consumo. A identificação com o agressor expressa a própria fonte de sofrimento e dor como principal modelo. Nessa circunstância, a relação com os pares sociais fica prejudicada e conseqüentemente a formação identitária, pois sem o outro, como conceber sua diferenciação essencial? Então, o indivíduo nem mesmo se reconhece.

Socorro só se atenta para o que perde por permanecer buscando o ideal encarnado pela figura de Amora, quando se vê sozinha, desamparada e com baixa autoestima. Amora se beneficia da admiração de Socorro, pois assim consegue conquistar seu apoio na execução de suas vontades mais obscuras, assim como faz com Maurício. Todavia, retomando a lógica de ficar perto de quem irradia celebridade e sucesso, Tabata, assessora de imprensa de Felipinho, determina que o agenciado intensifique a relação com outros famosos, o que causa incômodo ao menino, que não quer prestigiar e demonstrar consideração por quem nem bem conhece, somente interessado em status.

Mel, filha de Damáris, é definida pelo irmão como papagaio de pirata de celebridade, por tentar embarcar no sucesso de outras pessoas, tendo Amora como sua principal vítima. No aniversário de Camilinha Lancaster, por exemplo, Mel tenta se aproximar da aniversariante dizendo que ela é melhor amiga de Amora e que as três já tinham saído juntas para fazer compras na Oscar Freire. Camilinha a esnoba e ainda diz que nem convidada ela é, pois não faz parte do seu círculo social. No enterro de Jonathan James, Mel vai com o intuito de ficar ao lado de Amora para ser fotografada, lá chegando, começa a dar entrevistas usando o nome da suposta “amiga”.

Mas depois de muito ser ignorada, Mel se revolta e concede uma entrevista para Sueli Pedrosa, onde inventa mentiras para desmoralizar Amora. Tudo para acabar com a carreira da *it-girl* e tomar seu lugar. Após essa entrevista, Mel consegue uma fama relâmpago e assume papel no seriado “Sangue Bom” e depois acaba sendo convidada para participar do reality show “A que ponto chegamos”. A trajetória de Mel na novela é recheada de relações por interesse em fama. Primeiro ela tenta se relacionar com Felipinho, interessada no seu recente sucesso na mídia, mas fracassa. Depois com Fabinho, para quem ela organiza uma super festa para comemorar o fato de ele ser filho do Plínio Campana, mas basta o teste de DNA dar negativo para Mel esculachar Fabinho, retornando apenas quando a paternidade é confirmada.

Na sua passagem pela Class Mídia, Mel se relaciona com Natan a fim de obter regalias frente os outros funcionários da agência. Ela também se envolve com o jovem banqueiro, Affonso Lancaster, mas termina a novela com Manolo, o *popstar* pai do filho de Lara Keller. Os dois fecham um “negócio” lucrativo para os dois. Para Mel, que finalmente poderá conquistar a vida de glamour e fama, e para Manolo, que pretende afastar os boatos sobre sua homossexualidade. Na última cena da novela, os dois são entrevistados por Camilinha e dão detalhes do casamento que vai acontecer em Miami. Ela diz que será uma cerimônia simples, apenas para 600 convidados e que os mais próximos, Beyoncé, Shakira, Naomi Campbell, já

tenham confirmado presença, e encerra sua participação no programa: “Bye, bye, Brasil, gente pobre, anônima!”.

Lara Keller fez um acordo milionário para engravidar de Manolo com o intuito de atestar a masculinidade dele para o mundo. Com esse acordo, além do dinheiro, Lara conquistou fama. Mas não satisfeita, ela almeja dar golpe em Cardoso, que em muitas ocasiões a trata como mero objeto, usando sua lógica de que “quem paga a conta, diz a hora de se levantar da mesa.”. Ao tentar fazer o casamento na “Para Sempre”, Verônica se nega a fazer a comemoração de um casamento encarado como mero negócio, o que causa revolta em Lara. No entanto, o casamento nem mesmo chega a ser efetivado, Cardoso tem um ataque do coração na hora de assinar os papéis e morre. Ao invés de se desesperar pela morte do noivo, Lara só grita pelos dois milhões de dólares que vai perder.

A personagem Brenda também tem uma construção voltada para interesses particulares, suas relações são pautadas em vantagens econômicas. Na função de massagista de dondocas, ela tenta capitanear sua clientela para comprar os quadros falsos de Perácio, os serviços de assessoria de Tábata ou os serviços de acompanhante de Xande. Além de empurrar seu filho para namorar *socialites* ricas, fazendo a mesma proposta até mesmo para seu marido. Brenda dá em cima de todos os homens bem sucedidos da trama, Barrabás, Natan e Nelson, mas termina com o seu companheiro de golpes, Zezão.

Como se pode apreender da análise, a representação da relação mantida entre as personagens moradoras da Casa Verde é de amizade e envolvimento (com a exceção de Socorro, que tem como único propósito admirar e, quem sabe, um dia se igualar a Amora). Na novela, outras personagens também estabelecem esse tipo de relação de proximidade e empatia. Mas a construção sobre o mundo dos famosos e da publicidade se baseia em um ambiente propiciador de relações superficiais, motivadas por interesses particulares, com objetivos de causar inveja e admiração. Nesse espaço, o outro é encarado como suporte para galgar benefícios pessoais ou mesmo como mera plateia. Mas se o outro, enquanto fonte de estruturação essencial do sujeito, passa a representar uma ameaça competitiva ou um mero espectador apático, a consequência pode ser percebida com o aumento dos sentimentos de desorientação, incertezas sobre o eu e mesmo auto-aversão.

4.1.9 Amor: instabilidade e redenção

Muito próxima da questão das relações afetivas, a forma como o amor está representado na trama também merece especial atenção, principalmente porque as telenovelas giram em torno de casos amorosos e seus desdobramentos. Na questão do narcisismo, o amor também desempenha papel crucial, primeiro enquanto amor objetal adicionado ao estágio de autoerotismo, que redundava na unificação do eu. Depois, no caso de desenvolvimento psíquico saudável, esse amor, inicialmente destinado ao eu, se dissipa rumo aos ideais da cultura e aos objetos. No entanto, quando essa relação com a alteridade suscita dor ou incômodo ao sujeito, ele pode tentar fantasiar um retorno à fase inicial, em que era seu próprio objeto de amor, alimentando idealizações sobre sentimentos de onipotência e completude.

Os laços amorosos são responsáveis por unir os sujeitos entre si, por meio da contenção ao amor narcisista e, de acordo, com o processo de identificação estabelecido com seus pares. Entretanto, a cultura contemporânea, ao produzir quadros de violência, favorece a saída para o autocentramento amoroso e distanciamento afetivo. Nesse caso, as relações assumem feições frívolas, dessubstanciadas de envolvimento e facilmente permutáveis. Para Bauman (2001), a liquidez institucional e de valores se estende às relações, que podem ser rompidas a qualquer momento, vez que podem assumir conotação similar à das mercadorias, vulneráveis ao perpétuo processo de saturação. Mas ao renunciar o relacionamento com o outro por receio, medo ou insegurança, na verdade, o sujeito acaba renunciando ao conhecimento de si mesmo.

Na telenovela, podemos identificar diferentes perspectivas na forma de encarar o amor, mas a fluidez se porta como uma das principais marcas, especialmente porque prenuncia uma tendência (ainda tímida) de desassociar os finais felizes somente à completude amorosa. O que nos fala Bauman (2004) sobre a volatilidade dos envolvimento amorosos contemporâneos pode ser encontrado em alguns casos presentes no enredo da telenovela. Tanto que muitas personagens tratam o amor como mera circunstância temporal – ideia difundida, sobretudo, entre as personagens mais jovens.

Renata, que namorava Érico desde o começo da adolescência e estava noiva, passa vários capítulos confusa sobre o que sente pelo noivo e se realmente quer casar. As suas dúvidas decorrem do fato de nunca ter tido contato com outro homem e pouco conhecer da vida sem a presença do noivo. Em algumas cenas, Renata revela a vontade de conhecer mais o

mundo e as pessoas, e questiona a estabilidade amorosa mantida com Érico, que ela reclama por nunca mudar. Conforme a cena de 03 de maio:

RENATA: você é o mesmo de sempre, não muda. Não sei como sobrevive na Class Mídia.

ÉRICO: pego esporro todo dia, vejo gente mais despreparada do que eu jogando sujo pra subir mais rápido, mas não me arrependo de ser assim. Por seu como eu sou, você se apaixonou por mim aos 15 anos.

Renata se diz entediada na relação, até que aparece Tito, primo de Érico, um rapaz competitivo e sedutor que começa a assediá-la por diversão, para provar que é melhor e mais interessante do que o primo. Ela acaba gostando do joguinho de Tito e cede às suas investidas, mas garante a Tio Lili que tudo não passa de uma grande aventura, o que ela assume até mesmo para o amante. No capítulo de 13 de maio, ela diz: “Tito, meu lance com você é físico, você é tão raso! Isso serviu pra eu dar valor ao Érico!”. No entanto, nas vésperas do casamento, Tito agarra Renata enquanto ela prova o seu vestido de noiva e Érico flagra os dois juntos e termina tudo.

Mesmo confusa pelos sentimentos contraditórios de mudança e depois com a aventura extraconjugal, Renata se preocupa com Érico e sofre bastante por tê-lo magoado. Tito sorri de toda essa situação, que para ele não passou de mais uma conquista. Mas Renata justifica para Érico que errou porque é humana e suscetível a falhas, sobretudo em um mundo fluído e cheio de oportunidades, mas ele não aceita suas desculpas pela seriedade com que encara o compromisso firmado.

Diferente de Renata, Verônica se sente confortável em sua relação amorosa com Natan, que ela considera digna de conto de fadas. Entretanto, Natan a trai deliberadamente, até mesmo dentro da sua agência de publicidade. Em alguns capítulos, Sílvia ironiza a grande rotatividade com que ele substitui suas “estagiárias”. Mas Verônica só descobre as traições, quando vê Natan e Bárbara Ellen juntos na sua casa, em uma armação arquitetada pela atriz.

Desde a morte do seu marido Jonathan James, Bárbara começa a investir ferrenhamente na sedução de Natan, que os filhos denominam como sua “próxima vítima”. Ela usa de truques para ficar sozinha com ele, aparece inesperadamente em seu escritório e vai estrategicamente mexendo com a vaidade de Natan, que não aguenta e começa a corresponder. No entanto, Natan alerta que não deixaria Verônica, principalmente pelas questões financeiras envolvidas no casamento. Vale ressaltar que Bárbara Ellen, apesar de ter se casado mais de dez vezes, não acredita no amor que, segundo ela, deixa as pessoas tolas, ela se interessa por Natan por considerá-lo um ótimo “investimento”.

Depois de descobrir a traição, Verônica expulsa Natan de casa e ele, temendo a divisão de bens, retira tudo da agência e coloca numa conta fantasma. Verônica se entristece pela forma mesquinha com que Natan trata o término do relacionamento e desabafa com Sílvia dizendo estar sem chão, pois sempre se dedicou inteiramente ao marido. Sílvia a aconselha a ser egoísta, a investir nela e se colocar em primeiro lugar. O conselho de Sílvia se relaciona a falta de compromisso com que as relações amorosas são revestidas na contemporaneidade, em que para se resguardar da dor e do sofrimento, melhor tentar cuidar de si, ao invés de ficar a serviço ou vulnerável ao sentimento do outro, de fundo tão incontrolável.

Tanto Natan, quanto Renata, reclamam da falta de mudanças de seus parceiros, que têm em comum a personalidade tranquila, a seriedade com que encaram os relacionamentos estabelecidos e a resistência à transformações. A cobrança por inovações se assemelha aos valores de flexibilidade exigidos pelas mudanças abruptas que assolam o mundo atual, onde se apegar a rigidez ou inflexibilidade de identidades ou ideias pode acabar se convertendo em um transtorno. Tal qual como aconteceu na novela, onde os dois foram traídos por seus respectivos companheiros. No final da trama, Verônica e Érico ficam juntos, principalmente pela similaridade de comportamento e de visão de mundo, corroborando com a ideia de que os sujeitos querem se ver refletidos nos relacionamentos, ao invés de enfrentar o conflito incitado pela diferença.

Já Tito seduz boa parte das personagens da trama, mas sem nenhum envolvimento emocional, apenas por diversão. Tito cerca as mulheres que lhe interessam, mas depois que as conquista, dispensa sem nenhum remorso. Ele só se diz verdadeiramente apaixonado por Lara Keller, mas ela não acredita nos sentimentos dele. Na cena de 13 de maio, Tito se declara dizendo que Lara foi a única mulher com quem ele teve vontade de namorar de verdade: “Se tivesse ficado contigo, tua paixão tinha passado, conheço teu tipo!”. Como Lara não cede as abordagens de Tito, ele permanece tentando encontrar uma forma para conquistá-la. Oportunamente, Lara utiliza da obsessão de Tito para fazer com que ele lhe sirva de capacho, manipulando-o para cumprir com suas vontades.

O processo de sedução, iniciado na personalização do consumo, se desdobra na relação do sujeito com os outros, onde o distanciamento dos valores morais e éticos instaurou um clima indulgente de múltiplas possibilidades. A indiferença de Narciso se relaciona à apatia sentimental indicada pelo temor de se relacionar intensamente com o outro, que foi substituída pelo empenho em seduzir. Embora distante do sentido de durabilidade e envolvimento, o sujeito receia não ser admirado e invejado por suas conquistas.

Amora também manipula o amor de Maurício em seu benefício, fazendo até mesmo com que ele desvie de seus valores para lhe agradar. Mas em determinado momento, Amora chega a se assustar com a intensidade da dependência de Maurício, dizendo que ninguém pode se doar tanto, que as coisas tem que ser mais práticas. Contudo, depois do fim traumático com Amora, Maurício chega a ficar com Lara Keller como uma forma de passatempo ou como ele define no capítulo de 08 de julho: “apareceu Lara para massagear minha autoestima.”. Depois, Maurício se envolve com Malu, que já havia sido apaixonada por ele, mas que no momento nutre dúvidas se realmente quer se comprometer com alguém.

O argumento de Malu se baseia na vontade que ela tem de se sentir desejada por outros homens também, pois ela diz precisar disso para melhorar sua autoestima. Nas relações amorosas, a não reciprocidade diminui a autoestima, e Malu foi rejeitada durante muitos anos por Maurício, bem como por Bento, pois os dois só tinham olhos para Amora. A sensação de não ser amada faz até Malu cogitar uma inveja da irmã. Em conversa com seu pai, na cena de 21 de junho, Malu desabafa em tom de desespero: “Eu tenho inveja daquele jeito egoísta dela, fútil, tenho inveja daquilo... Quero que alguém perca a cabeça por mim, todos os homens babam nela.”. Em Freud (1984), as mulheres, sobretudo as bonitas, têm uma tendência em se amar em intensidade correspondente ao amor que os homens sustentam por elas, suas necessidades não estão no imperativo de amar, mas de se sentirem amadas. Ademais, quanto mais autocentrada, mais atraente. Assim como Amora, Bárbara também se diz irresistível com os homens.

Segundo Glória, Perácio também precisa reconquistar sua autoestima para ser amado. A mãe do pintor diz que ele é um fraco, covarde, que não tem amor-próprio e se deixa manipular pela sua esposa Brenda, com quem está casado por comodismo. O amor-próprio atua em consonância com o instinto de sobrevivência, protegendo o sujeito de ameaças externas. No entanto, de acordo com Bauman (2004), o amor-próprio tem correspondência direta com a sensação de ser amado, o que Perácio só recupera com o retorno de Rosemere em sua vida.

As personagens jovens da trama são construídas em cima de uma tendência para a troca de parceiros. Vinny, Luz, Lucindo, Cléo, Carol, Jonas, Douglas, Caio e Camilinha mudam várias vezes de pares durante a novela. Sem mágoas, nem ressentimentos, eles se envolvem com várias pessoas. Incorporando as características presentes na sociedade de consumo, a forma de encarar o amor fica suscetível aos atributos comerciais de instabilidade, liquidez e pluralidade. Quando chega o desenlace final, alguns casais são formados e

subtende-se pela própria característica do gênero novelístico que “eles serão felizes para sempre”. Mas importante salientar que a formação desses casais, mesmo na circunstância do “final feliz”, não passa a concretização de algo sólido, mas uma afinidade momentânea, semelhante aos envolvimento anteriores que foram facilmente substituídos.

O “final feliz” de Renata também nos chama atenção, uma vez que ela termina sozinha e muito entusiasmada com a vida livre das amarras do amor, o que se apresenta como uma dimensão inovadora para uma novela que tem como base o melodrama romântico. Isso acontece porque depois da traição, Renata passa toda a trama atormentada pelo sentimento de culpa, chegando a retomar o relacionamento com Érico, mesmo sendo humilhada e menosprezada por ele. Quando finalmente se liberta do sentimento destrutivo da culpa, Renata vai morar sozinha no Rio de Janeiro e diz que está apaixonada pela nova cidade e por si mesma.

Por outro lado, a tradição característica do “final feliz” acerca do amor tem seu lugar reservado e aparece relacionada a uma perspectiva redentora. O amor como responsável por inflar de sentimentos afetuosos a vida de sujeitos perdidos no limbo da indiferença, o que vai se desenrolando durante a novela. Pois segundo fala de Silvério, na cena do dia 17 de junho, “é o amor que dá sentido a vida”. Se o receio de sofrimento em uma cultura violenta faz com que o sujeito se feche defensivamente, preferindo relações superficiais e desapegadas, é o preenchimento proporcionado pelo amor compartilhado que adiciona desejo e ânimo ao seu dia-dia. Quando fala sobre o narcisismo, Freud (1990) alerta que o amor (pelo objeto) evita a patologia narcísica, que os sujeitos têm de amar a fim de que não caiam doentes.

No caso de Wilson e Charlene, desde a morte de seu grande amor, Lívia, ele se fechou para o mundo, hostilizando todos à sua volta. Porém, apesar de Charlene dizer que Wilson é oco por dentro e vazio de emoções, ela consegue reconhecer nele uma boa pessoa, apenas acometida de dores que lhe impedem de amar e enxergar o próximo. E Charlene, através de sua dedicação e ternura, consegue fazer com que Wilson se abra para um relacionamento amoroso, o que o leva a encarar a vida com mais entusiasmo, de acordo com importância ao sentimento dos seus filhos e amigos. Situação semelhante a do casal Fabinho e Giane. Toda a revolta do menino que foi órfão e cresceu consumido por inveja e rebeldia foi se dissolvendo no ato de compaixão de Giane, que o acolheu quando todos lhe fecharam as portas. O amor de Giane, disse Malu em cena de 19 de outubro, foi de vital importância para a mudança de Fabinho.

Malu também compreende o amor de Bento como único capaz de tornar Amora mais humana, mais leve. Pois ao contrário do modo frio com que a *it-girl* encarava o noivado com Maurício, Bento desperta em Amora fortes sentimentos, um pouco contraditórios, mas pelo menos a tira do marasmo da impassibilidade. Mas é na relação de proteção e cuidados que Amora precisa estabelecer com os sobrinhos, na ocasião da morte da irmã, que o amor aflora em sua trajetória. Mas ela insiste que não conseguiria se abrir para as emoções sem a contribuição do sentimento de Bento.

4.2 Análise das personagens com características atribuídas ao narcisismo contemporâneo

Depois de compreender como o contexto sociocultural encontra-se representado na trama, identificamos algumas personagens com perfis que poderiam ser enquadrados em atributos narcísicos. Dentro destes perfis, escolhemos três para análise mais aprofundada, conforme a posição de destaque ocupada no enredo. A prioridade destinada aos protagonistas tem a ver com a profundidade da construção exigida pela análise, interessada em relações estabelecidas, diálogos e nuances. Algumas personagens, embora com perfis interessantes, sequer veiculam um encadeamento contínuo na construção do enredo, com participações meramente pontuais e desvinculadas.

De acordo com a técnica da análise textual-discursiva, que prima pela descrição e interpretação dos textos, outro texto surge das análises, em conformidade com os processos de desconstrução e reconstrução empregados. No caso da análise das personagens, a descrição priorizou a recriação das trajetórias (inclusive com a transcrição de diálogos na íntegra) para, em seguida, efetuar uma análise acerca dos traços narcísicos presentes nos encaminhamentos das personagens na trama.

4.2.1 Amora Campana, consumista e sobrevivencialista

Amora Campana foi primeiro chamada de Mayara, mas depois de ter sido adotada por Bárbara Ellen e em homenagem a amoreira que plantou com seu amigo de infância, Bento, decidiu mudar seu nome para Amora, como se nesse ato deixasse para trás seu passado de menina de rua. Mesmo não sendo filha adotiva de Plínio Campana, ela e a mãe resolveram usufruir do sobrenome famoso do ex-marido de Bárbara. Apesar do triunfo como ícone da

moda e como símbolo de sucesso e estilo para os fãs, sua trajetória na infância foi marcada pelo abandono. Primeiro da mãe biológica, uma mulher viciada em álcool que deixou suas filhas a mercê de um explorador de crianças que, por sua vez, as obrigava a pedir dinheiro. Amora e Simone fugiram da exploração para morar na rua, mas quando a irmã mais velha conseguiu uma oportunidade de mudar de vida, largou Mayara/Amora sozinha. Com a partida de Simone, Amora perambulou nas ruas durante um ano até finalmente ser resgatada por Salma e abrigada no lar do tio Gilson, onde já moravam Bento e Fabinho.

Esse ano que Amora passou solitária na rua ressurgem em várias passagens da construção da personagem para justificar seu jeito duro e defensivo de lidar com as pessoas e acontecimentos. Amora não confia muito nos outros e as relações estabelecidas denotam mais interesses escusos em benefícios particulares do que propriamente em sentimentos. Para a *it-girl*, todos têm inveja das suas conquistas, que ela exalta ter conseguido com muita luta. Amora também valoriza uma imagem midiática construída para vender, por isso cuida para ajustar suas atitudes e comportamentos aos padrões exigidos pela mídia.

Amora, *it-girl*, apresentadora e modelo, encara o seu trabalho com muito comprometimento e se considera a melhor no que faz, por isso não mede esforços para progredir em sua carreira, mesmo que tenha que utilizar de métodos reprováveis. Por esses motivos, seus irmãos adotivos a chamam de “robô”, tanto pelo modo programado com que cumpre suas obrigações, quanto por não se envolver emocionalmente com os outros.

Logo no primeiro capítulo da novela, Amora aparece fotografando a campanha da marca Scarpe Dolcetto. Várias pessoas a maquiavam e arrumam para o ensaio e ela demonstra muita intimidade com o clima do estúdio e as poses. Quando chega determinado ponto das fotos, ela mesma encerra com impaciência e agradece superficialmente “Obrigada, obrigada, foi ótimo!”, fala sorrindo, mas tira os sapatos emburrada, oportunidade em que Maurício aparece com um buquê:

MAURÍCIO: arrasou, minha gata!

AMORA: Mau, o que você tá fazendo aqui? [diz em tom efusivo]

MAURÍCIO: flores para você em nome da Class Mídia.

AMORA: ai, Mau, quer que eu fique toda pipocada? Cê esqueceu que eu tenho alergia a flores? Leva isso daqui.

MAURÍCIO: mas eu acho que a isso aqui você não tem alergia... [mostra uma sacola com sapatos]

AMORA: ui, sapatos!!Sapatinhos!!!

MAURÍCIO: pra compensar os que você usou na campanha, tá?

AMORA: ah, é. Só aceitei fotografar essa porcaria de sapato porque o dono da marca é cliente do seu pai. Que sapato lindo! Chega dá dó no coração de tão lindo!

MAURÍCIO: eu ou o sapato?

AMORA: os dois, né, bobinho? [eles se beijam, mas Amora só olha para os sapatos]

No segundo capítulo da trama, exibido em 30 de abril, Amora promete desbancar definitivamente Lara Keller na apresentação do Luxury. Na noite que seria sua consagração, na cobertura *ao vivo* do coquetel de lançamento do empreendimento Las Blumas, os moradores da Casa Verde (bairro em que ela foi acolhida) fazem uma manifestação em frente ao local do evento e atrapalham sua chegada. Amora fica bastante irritada, precisa descer do carro e correr por entre os manifestantes para dar início à transmissão. No meio do caminho, ela quebra o salto do sapato e cai nos braços de Bento, os dois se olham e ficam perturbados – em uma cena típica de reencontro. Mas os produtores do programa a resgatam do meio da multidão e ela sequer tem tempo de se recompor do susto. Chegando ao coquetel, Vitinho a anima dizendo que ela está em seu habitat natural, “cercada de luxo e sofisticação”, mas ela faz charme dizendo que só apresenta o programa se tiver um novo sapato, de tamanho 37 e com salto de, no mínimo, 15 centímetros. Vitinho prontamente arranja o sapato com uma convidada que, segundo ele, só emprestou porque era para “Amora Campana”.

A construção de Amora vai tomando corpo após o reencontro com Bento, que praticamente inicia o conflito da personagem na trama e vai dando gradações ao seu desenvolvimento. Ao reencontrá-lo, os sentimentos infantis retornam, tanto em relação à segurança transmitida por Bento, quanto à dor da infância difícil e carente. Ainda no capítulo do dia 30 de abril, Amora fala para a mãe do encontro com Bento e diz que o reconheceu quando se olharam nos olhos. Bárbara logo a demove do encantamento: “Amora, aquela menina da época do orfanato não existe mais (...) você virou a *it-girl* mais admirada, mais imitada desse país e esse rapaz virou o quê? Um arruaceiro que deve ganhar mil reais por mês e gasta metade no forró.” Amora fica balançada, mas a mãe relembra da sua carreira e do noivado com o Maurício – motivos que a fazem ficar ainda mais confusa.

Amora fica tão instigada pelo reencontro que, depois de anos, acaba retornando ao bairro da Casa Verde para falar com Bento. Desde que foi adotada, Amora nunca havia retornado àquele bairro, nem mesmo para visitar o casal que lhe tirou da rua e lhe deu um lar. Giane, que não gostou do jeito esnobe com que Amora olhou para seus vizinhos na manifestação, a recebe com antipatia e relembra propositalmente seu passado:

AMORA: oi, bom dia, eu tô procurando pelo Bento. É aqui que ele trabalha?

GIANE: olha, o Bento, ele não tá, mas se é de flores que você precisa...

AMORA: não, obrigada, o meu assunto é só com o Bento mesmo.

GIANE: cê não tá ‘mermo’ lembrada de mim, né, Amora? Eu morava com o meu pai do lado do lar do tio Gilson.

AMORA: ah, a Jane? A filha do lixeiro, não é isso?

GIANE: o meu pai, ele é funcionário de limpeza da rodoviária, passa muito bem, pô, obrigada. E meu nome não é Jane, e sim Giane.

AMORA: que bom que seu pai tá bem, bom te rever [vira de costas e joga ao cabelo]

GIANE: ah, cê me viu ontem, não lembra não? Eu também fui lá dar as boas-vindas à Bluma Lancaster, aliás, eu tava bem pertinho ali quando ‘cê’ tropeçou e caiu em cima do Bento, né? Aliás, cara, adorei tua cara de susto quando ‘cê’ se viu ali no meio daquele povo, né? Parecia até que ‘cê’ não conhecia a gente.

AMORA: olha, eu acho que você tá enganada.

GIANE: sabe o que eu me lembro? Do dia que você chegou no lar do tio Gilson, você devia ter uns nove anos, mas parecia seis, de tão mirradinha. Chegou toda suja, sabe? Com a roupa rasgada porque tava na rua, né? Desde que sua irmã lá tinha te abandonado. Agora tá aí, né, toda no salto. ‘Cê’ chegou morrendo de fome, cheiiinha de verme. [risos] ‘Cê’ sabe que a primeira coisa que você pediu não foi comida, cê lembra, né?

AMORA: só lembro de coisas importantes. [fala com ar de desdém]

GIANE: pô, mas olha aí, eu me lembro! Eu me lembro até hoje o que você pediu, você não quis nem comer, nem tomar banho. ‘Cê’ pediu logo, adivinha? Um sapato! Porque o seu tava sujo, velho, não cabia mais no seu pé, sei lá. Me lembro até hoje da cara de felicidade quando a tia Salma te arrumou uns sapatos velhos que serviram no teu pé.

AMORA: engraçado como essa minha história te marcou, né?

GIANE: é, marcou ‘mermo’, sabe por quê? Aqueles sapatos eram meus, eu só tinha outro par, mas te dei na boa. Essas coisas não dá pra esquecer, né Amora? Mas como cê agora tem um armário cheio de sapatos [acentua a entonação] de grife, de grife ...

AMORA: por que você não aproveita sua memória e talento pra dramatizar episódios irrelevantes e escreve um livro a meu respeito? Eu tenho certeza que os meus fãs iriam adorar e você poderia ganhar rios de dinheiro.

GIANE: ah, mas que ideia boa! [fala em tom de ironia] Só que eu não sou sua fã. Pô, eu não tô nem aí pra essa sua fama, seu dinheiro. Tô muito feliz com a vida que tenho.

AMORA: claro, nessa floricultura simpática, no seu estilo rústico [direciona um olhar de nojo ao redor]. Eu tenho certeza que a sua vida é muito mais interessante e movimentada que a minha, né? [faz cara de desprezo] Agora, com licença, que eu tenho um compromisso.

GIANE: pô, não vai agora não, espera o Bento.

AMORA: [sai colocando óculos escuros e sequer olha pra trás] Obrigada, ‘Jane’, sucesso pra você!

Giane, apesar de agir movida, em partes, pelo ciúme de Bento, também o faz por não suportar a forma ingrata com que Amora trata seu passado e aqueles que lhe estenderam a mão. Mesmo mantendo a pose de inabalável e respondendo com deboche e superioridade às provocações de Giane (o que pode ser confirmado até no jeito proposital de errar o nome da sua ex-vizinha), Amora sai sobressaltada da floricultura e no caminho até o carro cruza com uma criança maltrapilha que lhe pede dinheiro. A câmera enfoca os pés das duas: a menina

descalça e Amora com salto alto. Ela entrega o dinheiro e pede que a menina mantenha distância dela, como se fosse uma ordem direcionada ao seu passado que tanto lhe atormenta. Em seguida, Amora entra no carro chorando e relembra quando admirava as vitrines desejosa e sem poder comprar, mas imediatamente enxuga as lágrimas e ordena que o motorista a leve ao shopping. A música muda, Amora apresenta outro semblante e já em uma loja de sapatos, as vendedoras a cumprimentam: “Amora Campana! Mas que prazer recebê-la! A gente lamenta muito a morte do Jonathan James. Meus pêsames!”. “Eu também lamento muito, mas queria que você me mostrasse os sapatos mais incríveis da última coleção!”. Jonathan James era marido de sua mãe e morreu de maneira trágica, mas ela não se importa com sua morte. Amora escolhe vários modelos de sapatos e vários pares do mesmo modelo, em uma prática que lhe é comum, como se o ato de comprar sem limites recompensasse a lembrança do seu passado de privação.

Verônica, mãe de Maurício, considerada uma mulher sensível e equilibrada pelas outras personagens, se preocupa com a proximidade do casamento do filho com Amora, em quem ela diz não confiar. Na cena de 30 de abril, Maurício reclama que a mãe não vai mesmo com a cara de Amora. “não tenho nem como ir com a cara da Amora, eu não conheço a Amora!” Maurício responde em tom de obviedade: “Como não conhece, mãe? Todo mundo conhece a Amora.” “A pose, eu conheço a *it-girl*, mas quem é Amora? Ela não é uma pessoa clara e transparente”. No capítulo de 04 de maio, Verônica confirma suas desconfianças quando escuta sua funcionária Renata comentando com Charlene que conhece Amora desde pequena.

VERÔNICA: por que você nunca me disse que eram tão próximas, Renata?

RENATA: próximas? A Amora nem me cumprimenta, Verônica!

VERÔNICA: como assim, se vocês se conhecem há tanto tempo?

RENATA: olha só, a Amora ela vai ser a sua nora, então com vocês ela se comporta de outra maneira.

VERÔNICA: muito grave ela não te cumprimentar!

RENATA: mas eu não sou a única pessoa que a Amora não cumprimenta, ela faz isso com todo mundo que conviveu com ela no lar. Tanto que eu e Érico a ensinamos a ler e escrever e hoje ela finge que não nos conhece.

VERÔNICA: isso diz muito sobre o caráter de uma pessoa.

Ainda na mesma cena, Amora e Maurício entram na sala onde Verônica e Renata estão conversando, mas só Maurício fala com Renata, Amora a ignora. Verônica pede que Renata vá mostrar a decoração do noivado para Maurício, oportunidade que aproveita para

ficar sozinha com Amora e questioná-la sobre sua relação com os seus ex-vizinhos da Casa Verde.

VERÔNICA: Amora, por que você não cumprimentou a Renata?

AMORA: como? Claro que eu cumprimentei.

VERÔNICA: você mal olhou pra ela e vocês se conhecem desde que você era uma menina, desde que você morava na casa do seu Gilson.

AMORA: sim, por que você tá brava comigo, fiz alguma coisa que te aborreceu?

VERÔNICA: vou ser bem clara com você, Amora. Enquanto eu tiver dúvidas a respeito do seu caráter, não conte comigo. Vou colocar uma equipe inteira a sua disposição, mas eu mesma não vou mover uma palha pra ajudar nesse casamento.

AMORA: eu não acredito que você vai me tratar dessa forma só porque eu não fui simpática com sua funcionária?

VERÔNICA: funcionária? A Renata ensinou você a ler e escrever, não foi?

AMORA: como assim me ensinou a ler? Eu fui alfabetizada na escola como qualquer criança normal, 'cê acha o quê? Que eu era uma mendiga antes de ser adotada pela Bárbara Ellen? A Renata deve ter me ajudado a fazer um dever de casa, sei lá. Mas nós nunca fomos íntimas, nada que justificasse a gente se abraçar e chorar toda vez que a gente se encontra. Eu tô muito triste de ser tratada dessa forma. Olha, Verônica, você pode não gostar de mim, você tá no seu direito. Mas você ir contra o meu casamento com seu filho por causa de uma besteira dessas.

VERÔNICA: pode ser uma besteira pra você, mas a ingratidão é um grave defeito de caráter e de educação, Amora. Se a sua mãe não te disse isso, te digo eu. Não tem nada mais abominável do que desmerecer quem te ajudou.

AMORA: mas não foi a Renata, isso posso te dizer, foi o tio Gilson, a tia Salma...

VERÔNICA: foram todas as pessoas que te acolheram naquela casa, naquela vizinhança, que certamente você esqueceu, porque a futilidade que te cerca é tanta...

AMORA: será que sou tão fútil assim? [questiona gritando] O Maurício não estaria feliz comigo se eu fosse essa menina fútil que você pensa que eu sou.

VERÔNICA: Amora, eu não sinto que você seja uma pessoa má, não é isso. Apenas acho que você é muito menina ainda, inconsciente das suas atitudes e a responsável pode nem ser você, mas o meio que te cerca, que não te ensinou a ver o mundo com mais solidariedade, com mais consciência.

AMORA: eu lamento que você pense assim, de verdade.

VERÔNICA: eu só quero que você cresça como pessoa, Amora. Mas se você tá achando o papo muito difícil, vamos falar sobre o buffet.

AMORA: não vou mais fazer festa aqui, energia ruim a desse lugar.

Amora não reflete sobre o conselho de Verônica e tampouco sobre a forma com que trata as pessoas a sua volta, principalmente, aquelas que lhe ajudaram. Ela apenas se irrita pelo fato das suas atitudes terem sido contestadas, pois seu senso crítico não lhe permite compreender a contribuição dos outros na sua vida, as suas “vitórias e glórias” são associadas apenas ao seu esforço pessoal. Verônica entende a influência do meio que a rodeia Amora como um dos fatores que corroboram com suas atitudes pouco empáticas, pois o clima

superficial, que atravessa o mundo dos famosos e daqueles que vivem em função da imagem, distancia o sujeito de um autoconhecimento que, por sua vez, também dificulta o reconhecimento do próximo. No capítulo de 10 de maio, Verônica fala para Renata que Amora não se conhece, não sabe do seu interior, por isso é uma pessoa tão influenciável. “Se você não sabe quem é ou o que quer, como vai fazer uma escolha com convicção?”. Por isso Verônica acredita que Amora absorva tanto a influência da sua mãe e sugere que Maurício aconselhe Amora a procurar tratamento psicológico. De acordo com Verônica, embora não pareça, Amora é uma moça frágil e que inspira cuidados.

Assim como Verônica, Malu também entende o exemplo negativo de Bárbara Ellen sobre a filha e considera Amora uma pessoa doente. Em cena do dia 19 de setembro, Malu discute com a mãe: “não entendo do que tão me acusando.”, “de ter feito da Amora seu clone, sem infância e nem passado, pois agora que o estrago tá feito, aconselhe ela a se tratar, porque ela tá doente.”. Malu considera doentia a forma com que Amora exclui partes da sua vida para trabalhar em cima de uma autoimagem presentista. Mas o sentimento de Amora por Bento acende os embates com a fase de sua trajetória que ela insiste em sufocar, o que em muito se diferencia da relação anteriormente estabelecida com Maurício.

Muito embora a construção de Amora não se limite aos problemas amorosos inicialmente polarizados entre Bento e Maurício, essa parte da trama apresenta perspectivas importantes acerca da edificação dos seus sentimentos na novela. Na relação entre eles, Maurício representa o noivo apaixonado que não mede esforços para fazer todas as vontades da amada e que ainda reúne todos os pré-requisitos para namorar uma *it-girl*. Por ser filho dos bem-sucedidos empresários, Natan e Verônica, Maurício sempre teve acesso aos lazeres mais sofisticados, além de transitar muito bem na alta sociedade e colunas sociais. Quando Malu questiona a mãe por ter empurrado Amora para Maurício, mesmo sabendo que ela gostava dele, ela justifica dizendo que Maurício e Amora nasceram um para o outro, pois o “príncipe” tinha que ficar com a “princesa” e ainda complementa: “Eu te afastei do Maurício pra o teu bem, vocês não têm nada a ver, ele gosta de velejar e você quer acabar com a fome no Nordeste”, diz em cena de 22 de maio.

De fato, a similaridade contextual aproxima Amora e Maurício, pois afora a intensa paixão que sente por ela, ele também compreende o mundo de celebridades em que está inserida. Maurício demonstra até mesmo preocupação com a imagem da *it-girl*, pois entende o quanto ela dá importância para a aparência midiática. Amora não chega a ser apaixonada, mas gosta de conveniência de estar associada ao melhor partido da cidade e da inveja que essa

união desperta, tanto que o casal representa praticamente uma marca comercial, admirada e requisitada pela imprensa e por anunciantes.

Mas Amora não se mostra preocupada com os sentimentos de Maurício, mesmo sabendo do sofrimento que o divórcio dos pais causaria a ele, ela assiste inerte sua mãe separar Natan e Verônica. A sua única preocupação é a de que o escândalo não estrague a sua festa de casamento. No fatídico dia que Verônica expulsa Natan de casa, no capítulo de 13 de maio, Bárbara Ellen chega em casa animada e em clima de comemoração, Amora passa e pergunta: “O que você aprontou? Pensando bem, eu não quero nem saber, você com essa cara entusiasmada, Maurício triste. Eu vou é cuidar de mim, quero me preservar.”. Percebe-se que Amora prefere a omissão e os cuidados consigo a encarar a tristeza do noivo e apoiá-lo em seu momento de dor. Na cena do dia seguinte, a mesma coisa, Maurício pede para conversar e Amora o rejeita: “Amora, será que você teria cinco minutinhos pra mim?”, “adoraria, mas tenho que gravar o programa, consegui entrevista com aquele empresário que eu vinha tentando há meses.”

A angústia de Maurício não comove Amora, o que sua irmã Luz acompanha com indignação e repassa para Malu, que no dia anterior havia se declarado para ele, mas sem nenhum sucesso ou indício de reciprocidade. Porque, segundo Malu, Maurício é absolutamente louco por Amora:

LUZ: você sabia que enquanto ele tava lá sofrendo, a mamãe chegou em casa festejando por ter conseguido separar o Natan e a Verônica?

MALU: não acredito, Luz! Como eu temia, ela tem tudo a ver com essa separação.

LUZ: e você pensa que Amora se importou quando soube? Minimamente. Se o Maurício tá triste? Se a mamãe tá feliz? Ela não tá nem aí. A única preocupação da top filha é manter o escândalo longe de seu casamento. É só na imagem que ela pensa. Sabe o que eu acho? Que você devia contar tudo isso pra o Maurício, se ele soubesse que a noivinha agiu com essa frieza e indiferença, ia ficar decepcionado com ela.

MALU: e nem por isso ficaria comigo, pelo amor de Deus, né. Pode até ser que ele sinta raiva por eu ter contado.

Malu resolve não contar, mas quando Maurício flagra Amora falando com Natan sobre a relação dele com Bárbara Ellen, ele fica indignado e sai revoltado da Class Mídia. Amora vai atrás dele para se explicar, mas sem esconder a falta de paciência em ter que justificar para alguém seus atos. Amora mente que não sabia de nada, quando na verdade ela sempre soube e ainda foi ao escritório de Natan para apoiá-lo, contanto que ele influenciasse na decisão dos patrocinadores em deixá-la na apresentação definitiva do programa Luxury.

MAURÍCIO: como é que você sabia que eu tava aqui?

AMORA: segui seu carro, a gente faz qualquer coisa por amor.

MAURÍCIO: é mesmo, Amora? É porque não tá parecendo que você gosta tanto assim de mim.

AMORA: Eu não fui desleal a você. Se eu fui atrás do seu pai para conversar, foi para saber o que aconteceu, porque essa história também me pegou de surpresa.

MAURÍCIO: Você não sabia de nada mesmo?

AMORA: Maurício, você realmente não confia em mim.

MAURÍCIO: confio, Amora, mas te acho fria. Às vezes eu queria que você gostasse de mim do mesmo jeito... [silencia para não falar sobre Malu]

AMORA: do mesmo jeito de quem? Seja franco comigo, eu sou sua noiva. Se tem outra pessoa na sua vida, eu tenho o direito de saber quem é.

MAURÍCIO: que outra pessoa na minha vida? Não viaja, Amora, eu nunca trai você. Só que às vezes eu te acho tão gelada, tão...

AMORA: realista, Maurício, e se o lance é ser sincera, então vou falar o que eu penso. Você tá reclamando de barriga cheia. Você não é mais criança, é um homem feito, você não corre mais o risco de ficar traumatizado porque seus pais tão se separando.

MAURÍCIO: mas isso não impede de eu ter ficado arrasado.

AMORA: a sua mãe vai reconstruir a vida dela e você vai tocar a sua...

MAURÍCIO: mas não é fácil, Amora, passar pelo que eu tô passando.

AMORA: sabe o que não é fácil? É ter uma mãe alcoólatra que pariu duas filhas sem fazer ideia quem era o pai, ser jogada no meio da rua com sua irmã pra pedir esmola no sinal. É passar fome, passar frio, ver criança fazendo coisa que você nem imagina pra conseguir um prato de comida.

MAURÍCIO: desculpa, Amora, sempre esqueço do teu passado.

AMORA: mas eu não, por isso dou muito valor ao que eu tenho hoje. Não ando por aí choramingando. Meu amor, a vida é agora! Para de ficar questionando o que eu sinto por você. Eu não pude me dar o luxo de ser uma menininha frágil, meiguinha, eu tive que ser forte e é sua hora de ser forte também.

MAURÍCIO: desculpa, Amora, você tá certa!

AMORA: te desculpo se você prometer que vai parar com esse drama.

MAURÍCIO: meu sofrimento é legítimo, Amora. Mas se você não consegue entender, é porque sua experiência de menina de rua te fez ficar anestesiada com o sofrimento.

Maurício reclama da frieza de Amora e da forma com que ela menospreza seu sofrimento. Interessante notar que mesmo que Amora tente esconder seu passado, ela não hesita em utilizá-lo para se defender quando lhe convém, especialmente para se safar dos questionamentos de Maurício. Neste trecho específico, ela usa seu passado para explicar sua personalidade inabalável (que ela denomina como realista) e para afirmar a valorização do presente, quando diz que “a vida é agora”. Mas Maurício formula que a experiência dolorosa que Amora passou na infância a tornou insensível a ponto de não se envolver com o sofrimento alheio.

A confiança que Amora demonstra ter em relação aos sentimentos de Maurício é tamanha, que quando descobre que Malu expôs seus sentimentos para ele, ao invés de ficar chateada com a irmã, ela simplesmente debocha da situação. Amora desdenha de Malu na frente da mãe e ainda a subestima, em cena de 17 de maio.

AMORA: sua filhinha chorona se declarou pra ele.

BÁRBARA: mas isso é uma imoralidade!

MALU: quem é você pra falar de imoralidade? Fechou os olhos e ainda mentiu. [sobre não saber do caso de Bárbara e Natan]

AMORA: inveja é uma droga! [faz cara de esnobe]

MALU: e o egoísmo é a praga dos nossos tempos, sabia?

Qualquer crítica a suas atitudes, Amora encara como inveja, mas Malu não fica por baixo e insinua que a irmã é portadora da praga da sociedade atual: o egoísmo. Egoísmo propiciado pelas questões de consumo. Mas na cena do dia seguinte, ainda no mesmo ambiente, a discussão entre as duas continua, pois Malu pede para conversar com Amora a fim de explicar que não foi desleal e que sempre gostou de Maurício, coisa que ela e a mãe ignoraram propositalmente.

AMORA: só porque fui adotada, eu tinha que deixar o pedaço maior de bolo pra você? Vê se cresce, garota!

MALU: você cresceu? Pelo que eu vi, só subiu em um pedestal.

AMORA: eu fui à luta! Enquanto você chora, eu tomo posse do que eu quero!

MALU: não luto com suas armas baixas, mas do meu jeito.

AMORA: pode lutar, até te respeito mais. Mas sejamos sinceras, você não tem a menor chance contra mim. [ri vitoriosa]

Mais uma vez, Amora se vangloria de conquistar as coisas pelo seu esforço e continua a subestimar Malu. Até mesmo Maurício estranha a falta de ciúmes de Amora, em cena de 18 de maio.

MAURÍCIO: sobre a Malu, eu gostaria que você soubesse...

AMORA: não tem a menor importância, esquece.

MAURÍCIO: você quer que eu esqueça que a sua irmã ela disse pra mim...

AMORA: que gosta de você... Gosta nada, Mau! A Malu ela tem inveja de mim, ela quer tudo que é meu! Inclusive meu noivo e você não seria louco de me trocar por ela, né amor? [fala em tom de despreocupação]

MAURÍCIO: eu ia ficar muito feliz se você sentisse pelo menos um pouquinho de ciúmes de mim.

AMORA: ai, Mau, fala sério, né? Tanta coisa importante acontecendo e você vem me falar de ciúmes?

MAURÍCIO: Amora, o que que pode ser mais importante do que o nosso casamento?

AMORA: eu disse importante? [se faz de confusa] Eu queria dizer urgente, tipo o evento dessa noite, o “publicitários do ano”. Você já decidiu se vai ou não?

MAURÍCIO: eu vou fazer o quê lá? Vou lá pra aplaudir o meu pai?

AMORA: a Class Mídia, agência que você trabalha.

MAURÍCIO: trabalhava, não ponho meus pés nunca mais naquele lugar. Aliás, Amora, eu acho que você também não devia ir nesse evento.

AMORA: esqueceu que eu fui contratada para apresentar o prêmio? E não inventa de ficar chateado comigo se eu entregar o prêmio pra o seu pai.

MAURÍCIO: não sei como você tem estômago pra isso.

AMORA: é melhor eles pensarem que tá tudo bem, Mau. Ou você prefere que a mídia inteira saiba o que rolou e transforme a vida da sua mãe e a nossa em um inferno.

MAURÍCIO: olha lá, Amora, como você consegue ser tão insensível. Você é tão fria diante de tanta hipocrisia, diante de tanta falsidade.

O final deste diálogo, assim como vários outros do casal, termina com Amora reunindo as atenções para si, ao falar das suas coisas e dos seus problemas, que são sempre mais importantes e urgentes. A paixão arrebatadora de Maurício não permite que ele enxergue com clareza as incoerências de Amora, nem que ele exija reciprocidade de seus sentimentos, especialmente, porque a distância entre eles aumenta com o retorno de Bento. Na cena exibida em 07 de junho, Maurício cobra mais envolvimento de Amora nos preparativos para o casamento, ele diz que o apartamento que vão morar mais parece uma loja de móveis, pois não tem nenhuma personalidade e que ela nunca nem leu as dicas sobre a lua de mel em Saint Barth que ele enviou para seu e-mail. Mas ela diz que se importa e até decidiu quem vai fazer o vestido de noiva, “porque tem um monte de blogueira, colunista querendo dar em primeira mão essa notícia. Quando o negócio é com a gente, quando diz respeito a nossa vida pessoal, você terceiriza.” Amora se diz indignada com as acusações e Maurício rebate: “que bom que eu pelo menos consegui causar algum tipo de reação em você, porque esse façanha só o Bento tem conseguido ultimamente!” Amora diz que Bento mexe com ela porque ele faz parte de um passado doloroso que ela não consegue esquecer, mas que ama Maurício e que é com ele que ela quer casar, mas a cena é construída de tal maneira que essa afirmação soe como completamente falsa.

Amora continua noiva de Maurício por vários capítulos, sobretudo pela vantajosa relação midiática, mas em paralelo não consegue esquecer o reencontro com Bento e as emoções fortes e contraditórias que ele desperta. Diferente da relação de similitude e aceitação que ela leva com Maurício, Bento confronta suas atitudes, principalmente pelos universos diferentes que incorporam. Apesar de Amora dizer que Bento lhe transmite segurança, lhe deixa mais leve, ele também reabre feridas de seu passado, pois ele a conheceu

criança e usa como parâmetro a menina simples que conviveu. Em relação a esse triângulo amoroso, Malu e Plínio especulam em cena de 07 de maio:

Plínio: você acredita que ela [Amora] vai deixar o Maurício para ficar com um sujeito como o Bento?

Malu: o amor opera milagres!

Plínio: filha, ela só é apaixonada por ela mesma e pela sua coleção de sapatos. Ela preza demais o que tem para voltar atrás, ela abomina pobreza.

Amora realmente detesta pobreza. Mesmo combatida pela mãe em relação a Bento, ela fala sobre o sentimento que ascendeu quando foi na casa dele, embora afirme que se sente bem ao seu lado, diz que não suporta aquele mundo pequeno e mesquinho da sua vizinhança na Casa Verde. “Mãe, me senti de novo aquela menina de rua, eu me vi de novo desnutrida e esfarrapada, calçando as sandálias enormes da minha irmã.”, mas Bárbara diz que Amora não é mais aquela menina e que a vida dela começou quando foi adotada, que ela só deve contar os anos dessa data em diante – reafirmando a vida guiada por um presente forjado.

Quando entrevistada sobre sua ida à Casa Verde, Amora aparenta desconforto e não confirma se realmente já morou lá, mas fala em frente às câmeras que sua ida se relaciona a caridade, pois ajuda sempre “aquelas pessoas humildes do bairro”, sendo que ela nunca fez nada por ninguém, nem mesmo por Socorro, sua fã número um. O retorno de Amora àquele bairro foi intencionado unicamente para ver Bento. Mas quando o florista assiste à entrevista, ele não gosta da falsidade de Amora e tenta contatá-la para cobrar explicações. Sem sucesso, Bento vai de supetão à casa de Amora, atrapalhando uma matéria que está sendo feita para a revista “Viver em família”, no capítulo de 13 de maio:

AMORA: você pensa que é quem pra vim entrando assim?

BENTO: mas você não me atende, não me responde...

AMORA: eu sou uma pessoa que trabalha, ocupada...

BENTO: que ar de superioridade era aquele [na entrevista]?

AMORA: só se for na sua cabeça complexada.

BENTO: complexada não sou eu, que chamo de humilde as pessoas que me acolheram. Quem é a verdadeira Amora? Aquela simples ou essa pessoa presunçosa?

AMORA: você chega na minha casa, fala assim comigo enquanto eu tô dando entrevista...

BENTO: então o problema é esse, por que arranhei sua imagem na frente da mídia?

AMORA: problema que você me ofendeu, não me confunda com aquela gente rude e ignorante que convive com você.

Bento não gosta da maneira com que Amora muda seu comportamento na presença da mídia e do quanto ela forja situações e mente para bem aparentar. Mas os embates também acontecem acerca do consumismo exacerbado de Amora, que Bento compreende como uma forma de aplacar as lembranças da sua infância carente. Na cena exibida no dia 17 de maio, por exemplo, Bento encontra por acaso Amora no shopping e percebe que todos os modelos de sapatos comprados são iguais.

BENTO: descalça você não fica mais, né, Amora?

AMORA: você deve tá com muita raiva de mim pra falar essa coisa de mau gosto. [derruba todos os sapatos no chão e Bento ajuda a pegar e acaba vendo os modelos]

BENTO: são iguais! Você comprou por engano ou vai dar de presente?

AMORA: para de me ajudar, não pedi sua ajuda.

BENTO: pera aí, Amora, são todos iguais! Você comprou 15 mil em cinco pares de sapatos idênticos.

AMORA: e daí? Eu posso!

BENTO: isso não é normal!

AMORA: tá dizendo que eu sou maluca, é isso?

BENTO: não! Eu acho que debaixo dessa sua aparência de vencedora, você ainda deve sofrer muito por tudo que passou na infância, ainda tem o mesmo medo, a mesma fome.

AMORA: engano seu, meu querido, isso aqui é uma amostra da minha realização, 15 mil [dá com os ombros] é uma ninharia, ontem mesmo eu ganhei o dobro pra sorrir e tirar foto em um evento. Por que você não para de se meter na minha vida e vai cuidar das suas florzinhas?

Bento menciona sobre Amora não ficar mais descalça (vide o tanto de sacolas de loja de sapatos que carrega) e ela se irrita tanto com esse comentário, que fica nervosa e acaba derrubando as compras. Quando Bento vê o valor e os modelos iguais, ele associa o consumismo de Amora ao sofrimento do passado na rua, mas ela esnoba a quantidade de dinheiro que ganha e ainda ironiza Bento por ser um florista. Amora tem um closet com centenas de sapatos, vários repetidos, inclusive. Quando Fabinho adentra, sem ser convidado, o closet da *it-girl*, ele pensa em voz alta “isso não é um closet, é um shopping. Com sapatos separado por cores e posições de destaque.”.

Bento reporta o encontro com Amora para Malu e os dois conversam sobre o seu comportamento.

BENTO: a Amora faz coleção de sapatos repetidos?

MALU: se você visse o closet dela, chega a ser aflitivo.

BENTO: Meu Deus, Malu, ela não superou o trauma de ter passado a infância descalça. Pior é que ela não percebe isso.

MALU: pior é a indiferença e o menosprezo com que ela trata os outros, Bento, ela e minha mãe não estão nem aí pra o sentimento alheio, como nessa história do Maurício [em relação à armação para separar seus pais].

BENTO: tentei conversar com ela numa boa, sabe, mas nada que eu dissesse faria diferença. Pra ela, só dinheiro e sucesso são provas de superioridade e é isso que importa. Muito triste, 'cê' não acha?

MALU: patético! Desolador ver tanta gente preocupada com fama, dinheiro, poder, achando que isso vai preencher algum vazio dentro delas.

BENTO: e acabam mais infelizes...

MALU: e tornam infelizes as pessoas ao redor também. [toca uma música romântica e a câmera enfoca Bento, como se essa fosse uma indireta para ele. Já que ele gosta de Amora e sofre por ela ter esse tipo de comportamento].

MALU: Bento e se você tivesse o mesmo sucesso de Amora, ela precisaria te ouvir? Você topa dar uma lição na Amora e nesses deslumbrados que vivem em função de fama e imagem?

De pronto, Bento não aceita, mas depois começa a aparecer junto de Malu em alguns eventos sociais, o que causa incômodo em Amora. No entanto, ela não assume seus sentimentos, nem interesse, mas na cena de 24 de maio, ela resolve ir ao Kim Park para acompanhar Bento, que assim como ela, foi expulso daquele parque quando criança. Tudo começou porque, mais cedo, Malu provoca perguntando qual foi a última vez que ela fez algo solidário e verdadeiro por alguém, então Amora decide acompanhar Bento para entrar no Kim Park. Quando Bento trava na entrada relembrando a humilhação do passado, Amora diz que eles vão entrar juntos, pois sabe a aflição de uma infância “diferente”. “Toda vez que você for rejeitado, a dor de ter sido abandonado, ela vai falar mais forte. Isso acontece comigo também, por isso eu sabia onde você tava, por mais que eu esteja distante, a sua dor continua a minha, Bento! Também fiquei dilacerada naquele dia.” Mas Bento diz que Amora foi bem mais durona e ela responde: “Morei na rua, né? Eu sou uma sobrevivente, não podia me dar o luxo de fraquejar!”, mais uma vez Amora relembra que o fato de ter sobrevivido à vivência na rua a fez forte e com um jeito duro de enfrentar as coisas da vida.

Na tarde do parque, Bento e Amora demonstram cumplicidade e carinho ao reviverem o clima infantil em que se conheceram. Depois desse episódio, Malu chega até mesmo a dizer que Bento devia expor seus sentimentos, julgando ele como um cara sensível que não se interessa por Amora apenas por sua fama ou beleza, mas porque ele é capaz de enxergar (e extrair) algo de especial nela. “Você é a única pessoa capaz de salvar a Amora, de tornar ela uma pessoa mais leve, menos preocupada com essa coisa de imagem e mídia.” Amora e Bento se reaproximam e ela chega a dizer que vai terminar tudo com Maurício para ficar com ele. As cenas seguintes dão conta de que ela realmente tenciona tomar essa atitude.

Entretanto, no capítulo de 28 de maio, Lara Keller arma uma entrevista surpresa com Maurício para que os noivos mostrem as instalações do apartamento que irão morar. Maurício aceita a proposta porque Lara o convence dizendo que Amora adoraria a surpresa, já que ela ama estar em evidência. Quando Amora chega para terminar o noivado, o circo de fotógrafos e jornalistas está todo armado e Lara ainda diz que se Amora não der a entrevista, a mídia toda vai saber que está acontecendo algo de errado com o casal famoso: “brigar com o noivo nas vésperas do casamento é coisa de subcelebridade e você já não tá bem na fita.”. Então, Amora fornece a entrevista como uma noiva dedicada e preocupada com os preparativos do casamento, Bento assiste e não consegue compreender o que houve e vai à casa de Amora para cobrar explicações.

BENTO: então a Lara te obrigou a dar uma entrevista? E você não teve outra opção a não ser fazer o que ela te mandou?

AMORA: você não tá entendendo, a sala tava cheia de fotógrafos, jornalistas para cobrir a matéria, se eu me recusasse, ela ia me expor, ela ia acabar comigo na frente da mídia. Eu vivo da minha reputação, eu podia perder o meu trabalho, tudo que eu já conquistei, Bento!

BENTO: Já entendi, Amora, a reputação é o bem mais precioso da famosa *it-girl*. [Bento fala a palavra *it-girl* com ironia] E o idiota aqui achando que tinha alguma importância.

AMORA: você tem importância, Bento.

BENTO: não, você já fez a sua escolha, Amora, e deixou isso bem claro pra mim e pra o Brasil inteiro.

AMORA: Bento, por favor, espera. Eu sai hoje de manhã disposta a romper com o Maurício, mas os acontecimentos, eles me atropelaram. Quando eu vi aquela sala cheia de gente, eu fiquei acuada, sem saber o que fazer.

BENTO: Soube sim, Amora, quando a gente tá acuado, o nosso instinto é salvar e proteger aquilo que realmente importa. No seu caso ficou muito claro que a sua prioridade é o seu status.

AMORA: Bento, ‘cê’ não tá entendendo, eu fui pra terminar com o Maurício e pra ficar com você, porque eu te amo, sempre te amei, desde menina. Você tem que acreditar no meu amor, você tem que acreditar em mim.

BENTO: eu acredito! O mais triste disso tudo é que eu acredito mesmo na sinceridade do seu amor. Mas eu sei que ele nunca vai preencher essa sua carência doentia de riqueza e de conforto.

AMORA: Bento, me dá alguns dias, eu vou falar com o Maurício.

BENTO: você vai falar com ele quando, Amora? Ham? No altar? Diante do juiz de paz? Sabe quando você vai romper com o Maurício? Nunca! Sabe por quê? Porque o seu casamento vai bombar, vocês vão sair em tudo quanto é capa de revista, coluna social, em todos os blogs, programas de celebridades. Vai ser o casamento do ano! Você vai ganhar um montão de presentes e vai chover cada vez mais dinheiro... [fala gritando, Amora também interrompe gritando pedindo para Bento parar] Você vai construir um closet ainda maior para guardar mais e mais sapatos idênticos, no luxo e na monotonia de viver uma vida tão confortável, quanto vazia...

AMORA: Bento, deixa eu te explicar... [ele sai e bate a porta]

Amora concede a entrevista e finge estar tudo bem entre ela e Maurício por receio de desprestigiar sua imagem perante a mídia, o que Bento associa ao instinto de proteger aquilo que ela considera mais valioso. Bento acredita no amor de Amora, mas não o considera superior à necessidade que ela tem de fama e bens de consumo, por isso não acredita que ela um dia vá deixar Maurício, que agrega tudo isso à sua vida. Mas Bento alerta que mesmo ladeada de toda popularidade e de comodidade proporcionada por recursos financeiros, a vida de Amora ainda assim será vazia, pois apesar de conveniente, ela não ama Maurício, ele nem mesmo a consegue tirar da indiferença emocional. Compreendemos essa questão de acordo com a sensação ilusória que o consumo invoca a vida dos sujeitos.

No capítulo exibido em 31 de maio, Amora vê Bento e Malu juntos em um evento e sua irritação é tamanha, que ela começa a criticar gratuitamente Malu. Maurício não entende essa atitude e pergunta o que está acontecendo e se ela por acaso está com inveja da irmã. “Sinceramente, Mau, Malu não tem nada que eu possa invejar!”. Deixando claro seu sentimento de superioridade, que em muitos casos aparece como reflexo da rejeição sofrida.

Ao fazer uma matéria com Bento sobre sua rotina de empreendedor da cooperativa de flores, Lara Keller vê o telefone dele tocar com o nome de Amora no visor e depois uma mensagem de voz, a qual ela escuta escondida. Lara fica desconfiada que os dois têm alguma coisa e Giane, chateada com Bento por causa de Amora, acaba confirmando as suspeitas da apresentadora. Entretanto, quando Lara anuncia que vai revelar a traição de Amora à imprensa, Amora encontra um motivo para também chantageá-la. Ela descobre, através de Socorro (que trabalha em uma clínica), que Lara engravidou de Manolo por inseminação artificial e consegue o documento que comprova o tratamento. No capítulo de 03 de junho, Amora obriga Lara a desistir de entregá-la para a mídia com o documento em mãos.

LARA: cê quer saber o que eu faço com isso? [Lara rasga o documento que Amora manipulou Socorro para fotocopiar].

AMORA: [ela dá gargalhadas de Lara rasgando o documento] Baby, você esqueceu que nós estamos no século XXI, tá digitalizando, tá na nuvem e você tá aqui nas minhas mãos. E você já imaginou esse documento nas mãos da mídia? O mundo inteiro vai descobrir que o Manolo é mesmo gay e que o Manolinho é fruto de um acordo milionário que ele fez contigo pra manter a fama de reprodutor.

LARA: olha aqui, sua ordinária...

AMORA: olha aqui, você! [fala agressivamente] Eu descobri que você convenceu a Giane a acabar comigo na mídia. Golpe baixo, usar aquela semianalfabeta pra falar um monte de mentira a meu respeito...

LARA: é mentira que você tá tendo um caso com o Bento? Eu sei de tudo.

AMORA: cala a boca, que você não sabe de nada da minha vida. Liga para os seus amiguinhos e cancela, diz que a Giane tem um probleminha mental e se equivocou.

LARA: do jeito que a Giane tá com raiva de você, é uma questão de tempo ela te fritar.

AMORA: depois me resolvo com a “maria machadinho”. Agora faz o que eu tô mandando!

LARA: quem é você pra mandar em mim?

AMORA: a pessoa que sabe o segredo do Manolinho... Agora anda logo.

[Lara desmente tudo para Sueli por telefone na frente de Amora]

AMORA: quer dizer que a Sueli Pedrosa é sua cupincha?

LARA: cupincha não, aliada.

AMORA: não, baby, quem tem aliado é gente fina. Gente micha que nem você e a Sueli tem cupincha mesmo. Outra coisa, descobri que você tá querendo me tirar do programa, você não vai conseguir com esse seu golpezinho baixo, sabe por quê? Por um simples motivo, eu sou uma jogadora muito melhor do que você. Se você quer mesmo ser minha adversária, cresce e aparece, sua perua anã! [fala em tom de ameaça e antes de sair ainda debocha] E bonitinho o Manolinho, né? [sendo que ela sequer olhou pra criança]

Depois de humilhar Lara, novamente se colocando em um patamar superior, Amora vai tirar satisfações com Giane. Amora a ameaça dizendo que se ela não parar de caluniá-la, vai esmagá-la e Giane responde ironicamente: “você pode sujar seu salto”. Amora diz que não é apenas uma patricinha fútil, que foi criada na rua, tendo sobrevivido a coisas que Giane nem imagina e que não custa nada sujar seu salto, pois ela tem vários, centenas. Giane rebate que “Mayara” nunca prestou e Amora começa uma sequência de humilhações que termina em agressão física, quando Bento chega para separar:

AMORA: eu aproveitei todas as oportunidades que eu tinha para seguir em frente, ao contrário de você, uma figura mesquinha e invejosa, que não consegue aceitar o fato do Bento estar apaixonado por mim. Não é puxando meu tapete que você vai conseguir que ele se interesse por você. Aliás, nem ele e nem homem nenhum vai se interessar por essa coisa mal acabada que você é, troncha, micha, sem sal, sem graça, sem charme, que mais parece um machinho.

Depois de separar as duas, Bento pergunta se Amora é um monstro, conforme a agressividade e dureza com que tratou Giane e ela responde: “sou uma sobrevivente, que não dá mole para o inimigo, por menor e mais insignificante que ele seja...”. Amora encara Giane como uma inimiga, só porque ela resolveu contar que a *it-girl* e Bento se beijaram. Qualquer um que atrapalhe os planos de Amora, ela trata como rival que precisa ser aniquilado (ainda que simbolicamente). Bento diz que ao invés disso, Amora devia assumir seus sentimentos e agir honestamente com todos, porém ela rebate dizendo que ele só fala isso porque não

conhece a mídia especializada. Bento lastima o hábito de Amora em pautar sua vida na imprensa de fofocas. Em conversa na casa dele, exibida em 04 de junho, ele cobra uma decisão:

BENTO: não se trata de me dar um beijo e sair por aquela porta e continuar sua vida como se nada fosse. Trata-se de fazer uma escolha e bancar essa escolha com base no que você sente, não baseada na opinião dos outros.

AMORA: pra você é tudo tão radical, tão raso, como se minha vida se resumisse a uma sessão de poses e tudo a minha volta fosse uma grande mentira.

BENTO: vi você entrevistando sua mãe e o Natan, fingindo não saber do caso deles, achando a história de amor deles linda, tudo bacana...

AMORA: eu sei que minha mãe tá errada, mas eu não posso ir contra a minha mãe, ela me adotou...

(...)

AMORA: você não pode me exigir que do dia pra noite eu jogue tudo pra o alto pra me enfiar numa edícula.

BENTO: eu já entendi, Amora, você não precisa dizer mais nada. Pode ficar tranquila, a Giane não vai comentar com ninguém sobre o que ocorreu entre a gente. Agora preciso colher minhas flores...

AMORA: Bento, tenta entender, eu só preciso de um tempo.

BENTO: Amora, eu sei o que você passou e os traumas que você carrega, como eu sei que aquela menina de rua, descalça e maltrapilha continua viva dentro de você, mas não é cercando de luxo e bens materiais que você vai fazer alguma coisa por ela.

AMORA: você tá falando que eu tenho que abrir mão do conforto? [indaga com cara de horror]

BENTO: tô falando que você pode se compensar com todas as roupas e sapatos do mundo, mas isso não vai impedir que ela continue gritando infeliz e feroz dentro de você. Vi você agora pouco sendo tão agressiva com Giane, a quem você despreza e trata da maneira mais arrogante, esquecendo que ela foi tua igual...

AMORA: a Giane não é minha igual, ela teve um pai, ela pôde estudar. Ela podia ter progredido, mas preferiu continuar na ignorância e na mediocridade, aí eu não posso fazer nada. Não tenho a menor pena da Giane.

BENTO: você se acha uma grande vencedora, né?

AMORA: eu sou uma vencedora! Eu sou uma vencedora! [repete enfaticamente, mas chorando] Foi muito duro chegar até aqui, sabia? Você nem imagina! Não tem nada que me faça voltar atrás.

BENTO: eu sei!

[Amora vai para o carro em prantos]

Este diálogo demonstra o quanto Amora se considera uma vencedora porque conseguiu conquistar dinheiro e fama pelos seus méritos, que na sua visão são os principais indicativos de realização pessoal. Bento volta a bater no ponto que Amora não vai sanar a dor do abandono e da privação com bens materiais.

Ainda no capítulo de 04 de junho, Amora grava matéria para o Luxury na “Para Sempre” e encontra com Maurício, os dois começam a conversar e ele se queixa porque na

noite anterior Amora havia entrevistado Bárbara e Natan, exaltando a beleza do novo casal. “Ah, pronto, agora ficou com raiva de mim?”, pergunta Amora com impaciência. Maurício responde: “não é questão de ficar com raiva. Quando eu te conheci, a coisa que eu mais admirava em você era esse teu ar de autossuficiente, de inatingível. Agora aquilo tudo que eu admirava no começo, é o que eu mais temo. Nunca sei o que você tá pensando, sentindo.” Maurício teme pela indiferença que Amora lida com as coisas. No final, ele ainda complementa: “O que nós somos? Apenas um casal bonitinho formatado pra aparecer em capa de revista?”.

Antes mesmo de Amora tentar responder o questionamento de Maurício, Sueli Pedrosa, a repórter inescrupulosa, adentra o ambiente e vai logo perguntando o que Amora tem a dizer sobre o beijo que trocou com Bento, que ela intitula como namorado de Malu, e ainda mente que ele mesmo confirmou o ocorrido. Amora não resiste ao ataque e chama o florista de “falso”, “coitado” e “mentiroso”, diz que se que não bastasse usar sua irmã Malu, agora resolveu apelar lhe usando também.

Bento fica arrasado quando assiste às declarações de Amora na TV, bem como todos os moradores do bairro da Casa Verde, que não gostam da maneira com que ela ofende o florista em rede nacional. Na cena exibida em 06 de junho, Amora vai até a estufa de Bento para se explicar e começa dizendo que Sueli editou sua fala e criou uma intriga de baixo nível e Bento pergunta então se ela não chamou ele de “falso”, ela responde que se ele contou, ele seria realmente isso.

AMORA: Bento, por favor, ela [Sueli] já chegou falando que você tinha que contado pra mídia que a gente tinha se beijado, eu tava do lado do Maurício.

BENTO: mais um motivo pra você destilar o seu desprezo pelo florista e deixar muito claro que seu casamento não tá em risco.

AMORA: para de ser cínico.

BENTO: você que é cínica, dissimulada, egoísta e insensível. Se você me conhecesse ou pelo menos me enxergasse, você saberia que eu jamais teria comentado sobre o nosso beijo.

AMORA: você tem razão, mas é que eu fiquei tão nervosa...

BENTO: que só pensou em você e nos respingos que podiam atingir a tua imagem? Se eu tivesse mesmo comentado sobre o nosso beijo, isso é motivo pra você me insultar daquela maneira? “Falso”, “mentiroso”, eu? Que você outro dia disse amar como nunca amou ninguém.

AMORA: eu não pensei, reagi ao tom agressivo da Sueli, ela chegou me acusando na frente de todo mundo, agi por impulso... Não queria magoar o Maurício, não na frente de todo mundo.

BENTO: mas a mim você podia magoar.

AMORA: desculpa, agi por impulso.

BENTO: é assustador o ponto que você chega quando age por impulso, Amora. Pelo jeito, você não tá mesmo nessa vida a passeio...

(...)

AMORA: não faz isso comigo...

BENTO: e o que você fez comigo, não conta?

(...)

BENTO: se te resta alguma decência, encontra teu noivo e conversa com ele honestamente e seja feliz, se você conseguir.

AMORA: eu sou feliz!

BENTO: ah, é? Então diz pra o teu noivo, quem sabe a ele você consiga enganar, pois você não me engana. Eu sei do tamanho do buraco que você tenta preencher desde que...

AMORA: você tá muito enganado, se pensa que eu sou infeliz. Eu nasci pra ser feliz, eu tenho vocação pra felicidade, porque se eu não tivesse, eu tava que nem a Socorro, ainda morando no lar do tio Gilson.

No capítulo de 11 de junho, Amora vai cobrir o almoço de ambientalista Artur Bicalho e lá encontra Bento e Malu juntos, pois eles são os garotos propaganda da campanha “Salve a Cantareira!”. Na ausência de entrevistados, Peixinho acaba colocando uma passagem ao vivo de Amora entrevistando os dois. Bento e Malu aproveitam a sintonia entre eles para brincar em frente às câmeras que estão namorando, Amora tenta disfarçar a perplexidade e continua com as perguntas, Bento chega até mesmo a dizer que ela foi o “cupido” da relação. Depois de destilar ironia, Amora tira o foco do romance deles para falar sobre preservação ambiental:

AMORA: que coisa linda, todo mundo se amando, feliz! Realmente, dá pra ver que a relação de vocês é forte, verdadeira! [acentua o tom de ironia] Gente, vamos falar a verdade, eles não foram feitos um pra o outro? Mas sobre o trecho norte do Rodoanel que vai prejudicar a Serra da Cantareira, qual sua posição?

BENTO: muito fácil defender essa causa porque eu partilho da mesma preocupação com o futuro da Cantareira.

AMORA: quem não se preocupa, né?

MALU: ah, se tem uma pessoa que se preocupa com preservação, essa pessoa é Amora Campana. [a vez de Malu falar ironicamente]

BENTO: você não acha, Amora? Que preservação, meio ambiente, qualidade de vida tem a ver com os nossos sentimentos, a maneira como vemos o outro e o futuro que desejamos?

AMORA: claro, mas e sobre a salvação da Cantareira?

BENTO: sabe que a ideia de salvação se opõe e ganância, ao imediatismo e a falta de amor? Porque quem ama de verdade não destrói, não consome além das necessidades. Quem ama, cuida, compartilha, pensa no outro e sonha com um planeta em que todos poderão respirar e amar.

AMORA: é dá pra entender porque você tem uma cooperativa de flores?

MALU: que só deu certo, aliás, porque é baseada na união e no afeto.

BENTO: e além de semear beleza, claro, nossa cooperativa garante também uma renda entre os associados, afinal, todo mundo precisa viver e pagar suas contas dignamente.

AMORA: Sabe que tem gente que acha que você é contra o dinheiro?

BENTO: é mesmo? Que bobagem! Imagina, sou a favor do dinheiro ganho honestamente que não esnoba, não inibe, não ostenta...

MALU: meu namorado é demais, né?

AMORA: é mesmo, podia tentar a vida política. Então é isso, voltamos já!

Mesmo abalada, Amora fica firme na gravação e aguenta as indiretas direcionadas à sua forma destrutiva de lidar com os sentimentos alheios e ainda indaga Bento sobre o fato dele não gostar de dinheiro, mas ele se diz favorável ao dinheiro ganho honestamente e que não serve de ostentação. Todavia, ao contrário de Bento, Amora gosta tanto de dinheiro (e poder), que aceita deliberadamente as propostas lançadas por Natan para manipular as emoções de Maurício em troca da apresentação do Luxury e de contratos publicitários, (embora ela afirme em muitos capítulos que se preocupa em não magoar o noivo, não importa em fazê-lo quando pode sair beneficiada). Na cena de 17 de junho, Maurício descobre as armações do seu pai mancomunado com Amora e entra em desespero: “quer dizer que você me enganou por causa de dinheiro?”, “você ficou chato, carente e cheio de cobranças”, responde Amora sem aparentar nenhuma culpa, dando a entender que Maurício provocou o fim do relacionamento ao ter se tornando excessivamente dependente.

Entretanto, apesar de romperem o noivado, eles têm uma campanha midiática prestes a ser divulgada, o que faz com que Amora tente a todo custo esconder o término da imprensa. Maurício viaja para espairecer e Amora começa a namorar Bento, mas sugere que eles namorem escondidos. Quando descobre sobre o namoro da irmã, Malu fala sobre a grife Amora e Mauricio que era sucesso da moda, mas acredita que com Bento será diferente e pergunta qual a nova estratégia para lançar essa marca. Amora só retruca que Malu está despeitada. Malu insiste que os valores de Bento são muito diferentes dos dela e ela responde: “mas se ele não fosse tão ambicioso quanto eu, não tinha iniciado a cooperativa. Vou levar ele para o meu mundinho, você vai ver.” e Malu finaliza “ninguém consegue ter tudo sem abrir mão de nada, nem você.”, no capítulo de 25 de junho. Amora aceita namorar Bento, mas interessada em uma suposta ambição que somente ela consegue enxergar.

No entanto, depois do término com Maurício, as coisas começam a desandar com a imagem de Amora. Fabinho consegue filmar um vídeo de Bárbara Ellen confessando todo seu arcabouço de golpes. Diante dessa situação, na cena exibida em 1º de julho, Amora reclama com a mãe, que diz não querer o julgamento moralista da filha. “Se tem uma coisa que eu não tenho, é julgamento moralista. Só quero dizer que você foi burra mesmo. Se Fabinho colocar esse vídeo na rede, queima nós duas!”. Fabinho usa a filmagem para chantagear Amora a aceitar seu pedido de casamento, mas ela arruma uma chantagem de volta, diz que se ele divulgar o vídeo, ela entrega os planos malignos dele para Plínio, o pai biológico que Fabinho quer impressionar positivamente. Ao fim, Fabinho acaba soltando o vídeo em sites de fofoca.

Pouco tempo depois, Fabinho também propala na imprensa fotos de Amora e Bento juntos e ainda escreve legendas sensacionalistas, afirmando que a *it-girl* traiu o seu noivo. Esses escândalos associados ao nome de Amora fazem com que ela tenha contratos cancelados e seja afastada da apresentação do seu programa. Em meio a toda confusão, Amora diz que precisa ir ao shopping, que ela considera o melhor remédio para dor de cabeça. Com o ato de comprar associado a um bálsamo para aliviar o estresse.

Posteriormente, desesperada, Amora vai atrás de Maurício para pedir que ele ajude a limpar sua imagem, mais uma vez utilizando de sua forma de manipular os sentimentos alheios, “ele pode até tá magoado comigo, mas ainda come na minha mão”, diz em cena veiculada em 05 de julho. Mas diante da negativa do ex-noivo, Amora insiste e ele diz que ela não pode ficar bem em todas as fotos, em alusão a sua constante necessidade de bem aparentar. Verônica se intromete na conversa e Amora fala que ela nem mesmo sabe do que se trata, “provavelmente algo relativo à sua imagem, já que você não tem outro assunto”. Amora se retira da casa deles bufando de ódio e diz que está muito chateada com Maurício e ele só retruca “e eu?”. Interessante notar que Amora sempre se coloca na pose de ofendida, como se o mundo sempre devesse algo a ela – assim como Malu a define.

O amor de Bento, como ele mesmo previu, não é capaz de diminuir a necessidade que Amora tem de manter uma boa aparência, tamanha é sua cólera, que na cena de 09 de julho, ela desconta toda a fúria em Malu. Mesmo sem sentir nada por Maurício, Amora provoca Malu porque vê uma foto dos dois juntos no site “OMEXERICO.COM”, intitulada de “a vingança dos noivos traídos”.

AMORA: não sei porque ainda me espanto, você sempre quis os meus restos, né?

MALU: o Maurício sabe que você se refere a ele como resto?

AMORA: você sabe muito bem do que eu tô falando. Você sempre quis tudo que era meu, desde pequena, sua invejosa [fala gritando na cara de Malu]. Que mais ‘cê’ quer? Alguma coisa que eu tou usando? ‘Cê’ quer esse sapato? Então, toma esse sapato, pega! [joga os sapatos no chão com força]

MALU: sabe qual é o seu problema, eu vou falar, você só olha pra o que você não tem ou então o que você perdeu, cuidado! Se você não der valor ao que você tem, você vai acabar assim, oh: descalça! Obrigada pelo sapato, são lindos e tem sempre a mãe de algum menino da Toca precisando, as pessoas usam isso pra trabalhar! [em referência a coleção pessoal de Amora que ela mantém de enfeite]

AMORA: [Malu sai tranquilamente e Amora continua sobressaltada e fala sozinha] calma, Amora, é só uma fase. Você vai virar esse jogo! Você vai pegar de volta tudo que é seu!

Amora só pensa em reaver sua imagem perante a mídia. Porém para piorar a situação, Mel, cansada de ser esnobada pela *it-girl*, decide denegrir Amora no programa de Sueli Pedrosa. Mel constrói uma história de que Amora é uma destruidora de lares, que frequentemente se relaciona com homens casados. Amora fica irada quando vê a entrevista e mais uma vez se coloca no lugar de vítima principal de tudo e todos: “o mundo se uniu contra mim, foi isso?”. Afundada em tanta polêmica, até Malu resolve prestar solidariedade à Amora, que renega sua ajuda, diz que não precisa da falsidade da irmã e ainda vocifera que vai dar a volta por cima sozinha. De maneira semelhante, ainda no começo da trama, quando Amora é vítima de perseguição da mídia por ter faltado um trabalho, Malu diz compreender que ela foi injustiçada e Amora só responde: “de qual olho devo chorar? Vai cuidar dos seus flageladinhos e me deixa em paz”, disse em cena de 09 de maio. Nesse mesmo capítulo, seu irmão Kevin também tenta acalentá-la, “liga não, Amora. ‘Cê’ nem gostava daqueles sapatos michos [em referência a campanha que ela perdeu como punição]. Vim aqui dar uma força, mas esqueci que você prefere comprar sapatos a conversar.”. Já no final da trama, no capítulo de 26 de outubro, Irene define Amora como uma pessoa que tem poucos recursos para lidar com a solidariedade alheia.

Na oportunidade em que Amora se abre para Bento, contando sua tristeza por não ser mais convidada para eventos, pelas campanhas canceladas e pelos clientes que rescindiriam contrato, ele a pede em casamento. Mesmo se dizendo apaixonada, Amora sequer se alegra ou se emociona, pois ela está cega para reconquistar seu espaço na mídia, como podemos constatar no diálogo exibido em 15 de julho:

AMORA: como você quer casar quando o Brasil inteiro tá falando mal de mim, minha imagem é meu ganha pão.

BENTO: reflita que se teu sustento se baseia em uma coisa tão frágil e efêmera quanto aparência... procure algo mais sólido.

AMORA: uma banca de flores, circo ou creche?

BENTO: não é porque você tá ferida, que você não tem o direito de diminuir meu trabalho.

AMORA: esse rostinho ajuda a marca a vender mais, gera mais emprego e então as pessoas podem comprar suas florzinhas...

BENTO: tô questionando o que te move a fazer uma campanha, não é pensando no lucro alheio. É pensando em você, na tua imagem e grana. Encolhendo a alma para aparecer em uma capa de revista

AMORA: eu era muito feliz, maldito dia que você voltou.

Amora é uma pessoa armada, que perante qualquer indício de ameaça ataca ferozmente, menospreza e humilha. Por fim, ela ainda considera que sua felicidade (ou

estabilidade) foi alterada com a chegada de Bento, por isso tenta reatar com Maurício, mesmo depois de todo sofrimento causado a ele. Entretanto, Maurício não aceita o retorno, diz que ela já fez sua escolha, Amora chega até mesmo a propor casamento, jogando com os sentimentos dele. Amora insiste na sua proposta, ignorando os danos anteriormente causados, demonstrando se importar apenas com a realização de sua vontade momentânea de voltar para mídia. “Eu não acredito que você também vai me derrubar, Maurício”, finaliza em 17 de julho.

Até a campanha que faria para o Kim Park, em que ela estava apostando todas as fichas para voltar ao mercado, acaba não acontecendo. Amora já havia avisado a todos os repórteres, inclusive aos que chamava de abutre quando estava no topo, que retomaria a sua carreira e queria matérias sobre. Mas Mel faz um escândalo para seu pai não aceitar Amora estampando a propaganda do negócio familiar e ele acaba acatando o pedido da filha. Nesse ponto da trama, Bento e Amora travam vários conflitos porque ele não suporta o comportamento obsessivo de Amora com a fama e sua insistência para que ele tenha ambições financeiras. Na cena apresentada em 24 de julho, eles rompem o namoro:

AMORA: sabe qual seu problema? Você se contenta com pouco!

BENTO: me contento com o que eu tenho e, ao contrário do que você pensa, não é pouco.

AMORA: enquanto você faz apologia à simplicidade, caras como o Wilson tão levando a melhor.

BENTO: você realmente acha um cara tão infeliz quanto o Wilson um vencedor?

AMORA: fica com sua casinha, estufinha, toquinha de saci. Me pergunto como troquei o Maurício por você.

Os exemplos de sucesso e vitória de Amora estão sempre ligados a benesses econômicas, por isso ela diz que Wilson está levando a melhor, mesmo quando ele representa um homem amargurado e hostil. Em meio a sua falta de contratos publicitários e prestes a ter que viver com restrições financeiras, Amora pensa que sua única solução é apelar para que Bento fique rico espontaneamente, de maneira que ele não precise se esforçar para tanto (uma vez que ele não nutre esse tipo de ambição). Quando Amora escuta Margot dizendo que Fabinho e Bento chegaram ao lar do tio Gilson no mesmo dia, surge a ideia de fraldar o exame de DNA que Fabinho e Plínio vão fazer para que Bento seja considerado o herdeiro do cineasta. Com a elaboração desse plano, Amora almeja acabar com o romance recém-iniciado de Malu e Bento (que seriam considerados irmãos) e com toda a pose de seu principal desafeto que está prestes a ficar rico, Fabinho. Além, claro, de se reerguer economicamente e

quem sabe voltar para a mídia. Mas para a execução desse plano, Amora precisa da ajuda de Socorro, que trabalha no laboratório onde será feito o exame.

Socorro endeusa Amora, que ela considera sua musa inspiradora. Na posição de tiete número um, Socorro alimenta o blog do fã-clube, se preocupa com os passos de Amora, defende ferrenhamente suas atitudes e até toma por inimigo aqueles que se opõem ao comportamento de sua “diva” (ainda que esses sejam seus amigos do bairro ou mesmo familiares). Em troca de tanta dedicação, Amora oferece seu desprezo. São comuns as cenas em que ela mente para “fugir” de Socorro, ela inventa que está ocupada e ainda a chama pelas costas de “menina chata” e “irritante”. Amora chega a justificar para Luz que age esnobemente com os fãs para que eles não se sintam em posição de igualdade, demonstrando o quanto se julga superior pelo fato de ser reconhecida publicamente.

Amora só trata Socorro bem quando precisa de algum serviço dela, nessas circunstâncias até a chama de amiga. Por nutrir intensa admiração, dificilmente Socorro nega ajuda, porém no caso da troca de exames de paternidade, ela hesita por se tratar de um crime: “Amora, você quer que eu altere? Isso é muito grave! Podemos ser presas!”, “você será muito bem recompensada, não só com dinheiro e minha amizade, mas também com minha gratidão eterna!”, confabulam em cena de 26 de julho. Socorro fica balançada, mas não aceita. Então Amora toma uma medida drástica para sensibilizar sua fã e também para marcar o início das mudanças que ela pretende fingir.

Neste mesmo capítulo, Amora liga disfarçadamente para Sueli e faz uma denúncia anônima de que “Amora Campana” está dando vexame no shopping. Sueli imediatamente envia um paparazzo. Ao ver que está sendo filmada, Amora dramatiza um surto porque as lojas estão fechadas, grita, chora, esperneia e se bate nas vitrines:

AMORA: as lojas estão todas fechadas! Ahh, eu queria comprar, abre, por favor! A minha vida acabou... As lojas estão todas fechadas, esses sapatos, ah esses sapatos são da coleção passada, quero da coleção nova [joga teatralmente os sapatos no chão e fica descalça]! Abre essa loja, por favor! Para de gravar, você, desliga isso! [fala em direção de Zito que grava tudo para exibir no programa de Sueli] A minha carreira acabou, a minha vida tá acabada, o meu único consolo que era essas lojas, elas tão todas fechadas. Abre, minha vida acabou!

Socorro assiste toda a encenação no programa de Sueli, onde a apresentadora ainda enfatiza que Amora perdeu tudo e está na sarjeta. Socorro fica preocupada e se culpa pelo surto, pois ela se negou a contribuir com os planos de Amora, Socorro logo liga para perguntar se Amora está bem e avisa da sua disposição em ajudar. Percebe-se que Amora sabe

exatamente como manipular as pessoas que lhe cercam para os seus propósitos. Na cena de 27 de julho, Socorro vai à casa de Amora para combinar os detalhes da falsificação, elas planejam que a amostra de Fabinho deve ser substituída por uma qualquer e, em seguida, guardada para ser usada quando Bento for fazer o exame.

AMORA: Socorro, como você tá bonita hoje!

SOCORRO: ai cê acha? É que eu tô fazendo um regime é assim...

AMORA: depois você me conta, porque já tá na hora do seu trabalho, pede pra o Evandro te levar, você não pode perder o emprego logo hoje que a gente precisa!

SOCORRO: vou chegar de motorista no trabalho? Ai eu não acredito, você é tudo mesmo, Amora, tudo de bom.

Quando Socorro tá saindo da casa de Amora, Tina a aconselha a tomar cuidado com tamanha idolatria, segundo ela, os famosos sugam os afetos dos fãs e depois jogam fora que nem bagaço. Mas Socorro responde que sua “musa” não é assim, “ela gosta de mim de verdade, ela é um exemplo de ser-humano”. Tina sorri sozinha: “A Amora um exemplo de ser-humano? Ah, tá bom. Essa menina é mais doida do que eu pensava.”. Com a saída de Socorro de seu quarto, Amora fica repetindo sozinha que vai destruir Fabinho. Irene, que a pedido de Malu está morando na casa da família, passa e escuta o nome do seu filho sendo pronunciado por Amora:

IRENE: o que você está falando sozinha sobre meu filho?

AMORA: nada, só que alguém tem que dar um freio nele agora que vai receber a herança. Se eu fosse você eu tomaria cuidado, se ele foi capaz de incriminar a mulher que o adotou, que cuidou dele a vida inteira. O que faria com você, que abandonou ele como um cachorro sarnento? [Irene faz cara de choro, mas Amora continua a afrontá-la] Eu também fui parida e rejeitada, eu, Bento, Fabinho e todo mundo que foi criado no lar do tio Gilson e não pense que você me comove com essa cara de coitada, pois foi por gente irresponsável como você que eu comi o pão que o diabo amassou.

IRENE: lamento sua mágoa, mas minha história também foi muito triste.

AMORA: não estou nem aí para a sua história, também não estou a fim de papo, você quer sair do meu quarto?

IRENE: você mentiu, né? Aquele choro de hoje de manhã foi simulado, ninguém muda de humor tão rápido.

AMORA: eu surtei, mas já me recompus, tô pronta pra lutar, não vou deixar o marginal do seu filho me destruir.

IRENE: será que você é tão melhor que ele? Pois o que ele quer é dinheiro, e você?

AMORA: quero reconstruir minha carreira e ser feliz ao lado do homem que eu amo.

IRENE: e até onde você é capaz de ir pra conseguir isso?

AMORA: até o limite do permitido ou você pensa que sou uma criminosa como Fabinho?

IRENE: eu penso que você é uma pessoa que vai colecionando vítimas sem o menor remorso, porque os limites do permitido para você são bem elásticos.

No passado, a armação de Bárbara Ellen para separar Irene de Plínio fez com que ela entrasse em uma profunda depressão, por isso acabou dando Fabinho para a adoção, mas Amora não se entenece com a dor da vítima de sua mãe e continua as provocações, como se somente a sua dor da rejeição fosse aceitável. Quando Irene insinua que os limites do permitido para Amora são bem elásticos, compreendemos nessa fala que ela considera Amora capaz de tudo para conseguir o que objetiva, não existindo cerceamento religioso ou ético que a impeça de concluir seus planos. Assim como outras personagens do convívio de Amora, Malu também compactua do pensamento de Irene. Em conversa com Bento na cena exibida em 29 de julho, ela se mostra preocupada com o que Amora pode fazer para tentar separar os dois: “Bento, Amora nunca desiste do que quer, ela vai fazer de tudo, eu conheço.”, mas Bento a tranquiliza. Desse ponto em diante até a sua redenção no final da trama, Amora começa uma sequência de terríveis golpes.

Antes mesmo do resultado do exame de DNA de Fabinho sair, ela já começa a simular outros propósitos de vida para se reaproximar de Bento, chega até mesmo a montar uma coletiva de imprensa para dizer que está desistindo de sua carreira. Sueli pergunta sobre sua rixa com Mel Rabelo e ela fala em tom complacente: “ela é apenas uma vítima dessa sociedade midiática, espero que um dia ela perceba a pessoa vazia que é!”. No capítulo de 29 de julho, Amora vai à casa de Bento para dizer que mudou e condena todo o seu comportamento pregresso.

AMORA: fama, glamour, capa de revista, nada disso tem a menor importância. Decidi abrir mão da minha vida para viver aqui com você. Nunca fui tão sincera, Bento, quero viver aqui com você, ter uma vida simples, verdadeira, cheia de amor.

BENTO: é uma mudança e tanto, pra quem disse que não conseguiria viver nessa casa nem uma semana.

AMORA: deixa eu provar que mudei

BENTO: ninguém muda em tão pouco tempo.

AMORA: a vida muda a gente, Bento, você não viu tudo que eu tenho passado? Eu não sou uma pessoa frágil, você sabe disso, mas toda essa pressão, toda essa tensão fez com que eu explodisse na frente de todo mundo.

BENTO: mas essa pressão e tensão fazem parte do mundo que você escolheu.

AMORA: existe um lado bom em ser famosa, é confortante saber que todo mundo te ama, mas isso acaba atraindo ódio, inveja, até de pessoas que

dizem te adorar, sem falar nos inimigos que esses sim querem puxar teu tapete, tomar teu lugar.

BENTO: mas você sempre se usou das mesmas armas dos teus inimigos.

AMORA: e toda essa imundice pra que? Um comercial, capa de revista, não faz o menor sentido.

BENTO: estranho você demorar tanto para perceber

AMORA: minha mãe não tá mais enchendo minha cabeça e tudo ficou claro, não quero ser amada por uma montanha de desconhecidos, mas por quem eu amo.

BENTO: fico feliz que tenha se dado conta disso, mas nada muda. Estou muito feliz com Malu.

AMORA: único afeto verdadeiro foi aqui! Vou voltar a ser aquela menina simples.

Amora finge não saber do relacionamento de Malu com Bento e diz para a irmã que está mudando, pois viu que aquela sua vidinha não era saudável, vivia tensa, angustiada, mas agora sente que está no caminho certo. Malu conta que os dois estão namorando e Amora agradece pela consideração de ter contado e diz que ela e Bento não era pra ser mesmo e ainda deseja felicidade ao casal, mas quando Malu sai, Amora fala sozinha “sabe quando o Bento vai ser seu? Nunca!”, diz em cena de 05 de agosto. O plano de Amora também envolve o distanciamento da sua mãe, considerada por Bento como uma péssima influência. No capítulo de 10 de agosto, Amora fornece instruções para a mãe aparentar um rompimento entre as duas:

BÁRBARA ELLEN: agora escuta eu vou ter que fazer o papel da mãe desnaturada, é isso?

AMORA: e eu da filha adotada que pra ser aceita adotou os valores equivocados da mãe e bla bla bla... É um tédio, eu sei. Mas se a gente ficar posando de melhores amigas, o Bento não vai acreditar em minha redenção e não reclama que eu sei que você ama um papel de vilã.

BÁRBARA ELLEN: só os grandes artistas conseguem ser convincentes no papel de vilão.

Depois que o exame de Fabinho atesta negativo, na cena de 06 de agosto, Amora diz para Bento que sente pena de Fabinho, pois ele vai demorar a perceber que dinheiro não compra o mais importante (quando está interessada em que Bento receba a herança de Fabinho para que ela usufrua). Amora começa a semear suspeitas sobre Bento ser filho de Plínio, já que eles foram deixados no mesmo dia e ainda recém-nascidos. No capítulo de 07 de agosto, ela implanta a dúvida: “a Zezé [técnica de enfermagem do lar do Tio Gilson] pode ter confundido vocês, ela era meio gagá, melhor descobrir logo porque você e Malu podem ser irmãos!”. Bento entra em desespero e Amora disfarçadamente sorri satisfeita. Alguns capítulos depois, o exame de DNA de Plínio e Bento confirma a paternidade, diante do resultado Malu e Bento rompem e sofrem amargamente pela separação forçada.

Mas mesmo impossibilitado de namorar Malu, Bento demora a ceder às intensas investidas de Amora. Ela comenta com Socorro, na cena exibida em 14 de agosto, que só vai sossegar quando Bento voltar para ela e quando ele gostar de ser rico, “Ele vai voltar pra você, mas gostar de ser rico...”, “é só uma questão de tempo, vou conseguir!”. Para impressionar Bento, Amora tenta se voluntariar na Toca do Saci e pede para Socorro avisar à imprensa da sua ida. No capítulo de 16 de agosto, quando Amora adentra a Toca, Malu estranha a inesperada visita da irmã e fica revoltada quando percebe a presença da mídia. Amora diz que Bárbara deve ter avisado à imprensa sem sua autorização, já que ela não aceita suas mudanças de hábito e quer que ela volte a ser famosa. Madá diz que Amora nunca se interessou por aquele lugar e ela responde que não ia lá por lembrar muito a sua infância.

Malu ameaça expulsar os repórteres e Amora diz que pode ser bom para divulgar a instituição e chamar mais voluntários. “Que tipo de voluntários? Subcelebridades que vêm aqui posar de boazinha, tirar fotos e se mandar? Não, obrigada.”. Mas Malu encontra uma solução melhor para se vingar do oportunismo de Amora, ela revela em frente às câmeras que com o objetivo de ajudar a Toca, a irmã vai fazer um bazar beneficente com todos os seus sapatos. Amora fica estarelecida, mas concorda para não fazer feio diante da imprensa. Quando ficam sozinhas, Amora pergunta o porquê de tamanha maldade. Malu responde: “maloqueiro, flagelado, era assim que você se referia a essas crianças todos esses anos. Agora você que sempre pensou só em si mesma, vem aqui posar de boazinha?”.

Malu faz mais, ela agenda uma matéria com Sueli dentro do closet de Amora e grava um vídeo juntamente com os irmãos, sem que Amora saiba. Quando ela assiste à matéria em que Malu fala que pares comprados por cinco mil dólares serão vendidos por 50 reais, Amora enlouquece de raiva e vai acertar as contas com a irmã, em cena de 19 de agosto:

AMORA: sua maldita desgraçada, não sabe com quem tá lidando, vou te matar!!

MALU: você não pode mais nada contra mim.

AMORA: você não tinha o direito de invadir minha intimidade...

MALU: senti a mesma coisa quando você expôs as crianças pra divulgar tua bondade, saiba também que não sou nenhuma idiota como você imagina. Então, antes de se meter comigo, pensa duas vezes.

AMORA: sabe o que você é? Uma grande dissimulada!

MALU: não, mas isso não sou mesmo, porque eu não tenho o cinismo pra mentir assim descaradamente como você faz. Aliás, esse seu papo de desapego tá um pouco fora de coerência. Não é você que quer ser uma pessoa melhor? Que valoriza mais os afetos do que os bens materiais? Me explica pra quê 600 pares de sapatos? Meu amor, você tem dois pés.

AMORA: quem é você para me julgar? Você sabe o que eu passei enquanto você tava aqui, protegidinha? Você não sabe de nada!

MALU: se os sapatos são de foro íntimo seu, chama a imprensa aqui e diz que desistiu do bazar. Abre seu coração, conta para o Brasil essa sua história de menina abandonada que foi pobre. ‘Eu preciso de 600 pares de sapato porque fui uma menina desvalida e descalça.’

AMORA: para, eu tô falando!

MALU: se alguém te criticou, dane-se! Você falou o que você sente, o que você pensa, o que você é. Coisa que você não faz por medo das pessoas te desprezarem.

AMORA: cala a boca, que eu tô te avisando!

MALU: você e a mamãe mentem o tempo inteiro, representam o tempo todo, porque tem vergonha do passado de pobreza, pessoas que eu teria pena se não conhecesse tão bem. Mas não tenho nenhuma contemplação por gente nefasta, infelizmente não tenho, quero que você e mamãe morram atoladas no egoísmo e oportunismo de vocês.

AMORA: sabe que a coitada é você? Porque o que são alguns sapatos, comparado a perder quem a gente ama...?

Malu desmascara Amora sobre a farsa de estar se tornando uma pessoa simples e desapegada de bens materiais. Ao se ver desafiada, Amora reage agressivamente, usando seu passado para desmerecer os argumentos contrários e ainda finaliza pisoteando o sofrimento de Malu pela descoberta do parentesco com Bento.

O fingimento de Amora é tamanho, que na frente de Bento ela diz que apoiaria a carreira de Giane caso ainda estivesse na mídia. Mas mais cedo em sua casa, ela havia dito aos irmãos que elogiavam a beleza de Giane, que a menina era inexpressiva, grosseira e deselegante, o que Kevin classificou como inveja. Na continuação da conversa com Bento, Amora se queixa por ninguém acreditar na sua transformação e fala do alto preço de optar por uma vida simples. Ela ainda pergunta despreziosamente se era realmente tão monstruosa quanto as pessoas falam e Bento responde que ela era egoísta, oportunista e sem escrúpulos ao competir. “Quando você fala assim, fico com vontade de morrer e nascer de novo. Me salva, só você acredita em mim!”, pede Amora em cena de 20 de agosto.

O plano perfeito para reconquistar Bento, acontece quando Amora encontra o circo armado por Fabinho para atear fogo na Toca do Saci com Bento dentro, plano que ele acaba desistindo de executar, então, ela joga um fósforo aceso no álcool espalhado e depois sai gritando por socorro. Além de culpar Fabinho, ela destrói aquilo que sua irmã tanto ama e ainda consegue sair como a heroína de Bento. Mas Madá não acredita nessa história, pois no mesmo dia ela descobre que o bazar feito por Amora para vender os seus sapatos não passou de uma grande encenação com atrizes contratadas.

Na cena de 03 de setembro, Madá anuncia que vai contar para todo mundo sobre sua fraude e Amora ameaça: “quem sobrevive ao que eu vivi, não tem medo das ameaças de uma velha gagá” e ainda estende a ameaça à integridade de Malu: “só não esquece de uma coisa,

quando uma pessoa como eu não tem mais nada a perder, ela é capaz de tudo. Se você não quer que nada de mau aconteça a sua netinha, pensa duas vezes antes de me ferrar.”. Amora comete outros atentados à Toca para servir de alerta, Madá fica receosa com o que ela pode vir a fazer com Malu e cala.

Nesse meio tempo, Bento e Amora se casam. Mas quando viajam para lua de mel no Chile, ele percebe que as mudanças de Amora foram da boca para fora. Ela reclama da qualidade do hotel, inventa dores de cabeça para fugir dos passeios turísticos e vai sozinha às compras. Os dois se desentendem toda hora e ela diz que precisa frequentar lojas porque está ficando mais triste na viagem. Quando os dois retornam do Chile, Malu prova para Bento que Amora armou uma trapaça no bazar e mostra o flat alugado para guardar toda a sua coleção. Sem saída, Amora assume a farsa e culpa Malu, dizendo que ela a obrigou a vender os sapatos, o que fez com que ela se sentisse como aquela criança descalça e desprotegida, pois os sapatos lhe transmitem segurança. Bento pede sinceridade e Amora diz que se fosse sincera com seus sentimentos não estaria naquele “fundo de quintal” abrindo mão de tudo que gosta. Ela implora para que Bento goste de ser rico, pois ele tem condições de levar uma vida mais sofisticada, já que é filho de Plínio Campana. Bento fica impressionado: “Meu Deus, a miséria da tua infância te marcou mais do que eu imaginava!”, diz em cena de 16 de setembro.

A situação de Amora piora com o retorno de Simone. No entanto, esse reencontro marca importante etapa para a reviravolta final na construção da personagem. Quando a irmã reaparece, Amora a renega e não quer nem mesmo saber dos sobrinhos. Porém, Simone pede perdão, explica que era muito nova, que se viu sem saída e quando teve a oportunidade de melhorar de vida, foi morar no Chile, mas sempre pensou em buscar a irmã, apesar de nunca ter conseguido juntar dinheiro o suficiente. Amora não cede e esbraveja que não perdoa o abandono, pois não esquece o sofrimento vivido. Bento recrimina e pontua que Amora está pensando apenas nela, visto que Simone também sofreu e teve seus motivos e dores.

Bento obriga Amora a se tratar com um psicólogo e ela mente que está fazendo terapia, também mente sobre estar se reaproximando da irmã. Amora procura Simone, mas para oferecer dinheiro com intuito de se livrar dela, diante da negativa, Amora a agride. Mas o sentimento que aflora em Amora na presença da irmã, faz com que ela exponha suas mágoas mais profundas. Na cena veiculada em 19 de setembro, Amora conta para Simone que ser rica e famosa não recupera o buraco que tem por dentro, pois tudo na vida dela é podre, até mesmo o seu romance com Bento está envolto de coisas erradas.

Já na cena do dia 22 de setembro, Simone fala que está muito doente, por isso teve que voltar para o Brasil, mas a raiva de Amora alcança tal proporção, que ela diz que se Simone morrer, ela joga os sobrinhos em um abrigo, assim como a irmã fez no passado. Depois, na capítulo de 28 de setembro, Amora novamente retorna para o seu sofrimento do abandono: “a Amora famosa é uma boneca que eu inventei pra vender qualquer coisa que pague bem, sabonete, sapato, carro. O que eu realmente senti e sofri esse tempo todo, câmera nenhuma nunca registou. De mim, o público conhece apenas uma máscara.”. Pela primeira vez na trama, Amora entrega que “Amora Campana” é uma imagem falsamente criada.

O relacionamento entre Amora e Simone vai aos poucos se acalmando, sobretudo porque Simone é a única pessoa que ampara Amora quando suas falcatruas vão sendo descobertas. Simultaneamente à relação conturbada com a irmã biológica, Amora começa uma série de novas mentiras e armações para não ser desmascarada. Quando Malu descobre sobre a troca de exames de DNA, ela diz que vai contar toda a verdade, mas Amora argumenta que fez isso pelo bem de todos, pois Fabinho ia prejudicar todo mundo se ficasse rico. Malu questiona em quem Amora estava pensando quando a fez acreditar que era irmã do homem que amava: “pra você se curar dessa obsessão patológica pelos meus namorados...”, mas Malu retruca: “a única patológica aqui é você, que manipula a vida de um monte de gente como lhe convém. Seu reinado acabou!”. Entretanto, a discussão entre as duas, que foi ao ar em 04 de outubro, acaba com Amora inventando uma gravidez para impedir que Malu a exponha para Bento.

Com o passar dos dias, Amora força um ato de violência de Fabinho para fingir um aborto por agressão e, contando com a ajuda de Tábata, contrata um falso médico para atestar o laudo. Mas, mais uma vez, Malu descobre a mentira de Amora, e ela adverte que gente inconveniente como Malu só deixa os outros em paz quando morre. Nesse mesmo dia, Malu sofre um grave atentado, que não foi cometido por Amora, mas por um “sabotador” que agiu propositalmente para culpá-la. Amora desconfia que Socorro possa ter feito isso para se vingar dela, já que na iminência de serem descobertas, elas romperam definitivamente. Mas o sabotador continua agindo até o fim da novela para incriminar Amora. Somente no último capítulo sua identidade é revelada: Tito sob os comandos de Lara Keller.

Nesse entremeio, Bento descobre a troca dos exames de paternidade e se revolta, diz que Amora nunca podia ter feito isso, “ah, claro, você queria casar comigo, contando que eu comprasse uma casa nos Jardins e continuasse bancando tua vida de princesa”, Amora diz que o ama, mas ele não acredita e diz que vai pedir o divórcio. Para Simone, Amora justifica que

tomou essa atitude por amor e justiça, pois Bento que merecia ser rico e não Fabinho. Mas, no capítulo de 15 de outubro, Simone diz que ela não fez isso por Bento, mas por ela mesma, para tirar vantagens pessoais.

AMORA: gente como a gente, sempre se coloca em primeiro lugar. Vai dizer que você tava pensando em mim quando me abandonou com fome na rua, e eu sei que você me amava.

SIMONE: é diferente, você não tá passando fome. Você não fez por sobrevivência, fez por ganância.

Com a piora do quadro clínico de Simone, que sofre de leucemia em estágio avançado, Bento oferece todo o suporte necessário, ele se reveza com Amora nos cuidados e ainda ajuda com as crianças. Em seu leito de morte, Simone implora para Bento perdoar Amora, mas ele diz que será muito difícil, pois ela feriu e magoou muitas pessoas. Simone conta sobre a vida nas ruas, sobre as dificuldades e medos e Bento diz que não entende como uma pessoa tão sensível poder ser irmã de uma pessoa tão dura quanto Amora. “Ela não é dura, Bento, só é defendida”, responde em cena de 17 de outubro. Simone pede para ficar um tempo sozinha com Amora, apesar de muito fragilizada, ela pede para a irmã esquecer as mágoas do passado, para perdoar tudo de mal que lhe fizeram nas ruas, pois só assim ela vai poder amar de verdade. Amora canta a música “Alfazema” para a irmã e Simone morre.

Depois da morte de Simone, Amora toma novo rumo de vida, muda totalmente o visual, aluga uma casa modesta para morar com os sobrinhos e diz que dali em diante os três seguirão juntinhos. Em 24 de outubro, Bento vai fazer uma visita para saber se tá tudo bem com as crianças e os dois acabam conversando, Amora relata que foi difícil perdoar Simone, mas se sente feliz porque no final da vida elas se uniram. Ela diz que descobriu que não adiante só pedir desculpa, tem que se arrepender de verdade.

BENTO: a gente só se arrepende quando se coloca no lugar de outra pessoa e lamenta por ter feito os outros sofrerem.

AMORA: problema que pra mim a dor dos outros não me importa, nunca me importou. Eu daria tudo para entender o que é compaixão e eu não sei...

BENTO: compaixão é o que você sentiu por Simone.

AMORA: eu senti pena, senti solidariedade, amor...

BENTO: isso é compaixão, o que você sentiu pela Simone e sente agora pelos seus sobrinhos.

Ao saber que seu antigo quarto vai ser destruído para virar o quarto do bebê que Irene espera de Plínio, Amora pede para visitar o lugar. Quando Amora adentra a casa e vai direto

para o seu quarto, Luz demonstra decepção ao dizer que pensava que ela tinha ido lá para matar as saudades, Amora fica constrangida e pede perdão por não ser uma irmã tão boa. Dentro do local que já foi seu closet, ela reflete: “é, Amora Campana, de você não sobrou nem os rastros...”, ela diz que era muito feliz e depois questiona se realmente era feliz.

Nos últimos capítulos, Amora pede perdão a todos e diz para Bento que agora realmente está preparada para ser a mulher que ele sempre quis. Ele diz que fica feliz que Amora tenha percebido que dinheiro não traz felicidade, mas lamenta que ela tenha precisado passar por tanta coisa ruim para perceber isso. Na última cena, os dois se reencontram em um novo *flashmob* feito em outro empreendimento de Bluma Lancaster, assim como no primeiro capítulo da trama, mas diferente da patricinha esnobe que esbarrou nele, Amora veste roupa modesta e tem olhar afetuoso. Os dois se olham com ternura e a telenovela encerra, sugerindo um recomeço.

De acordo com a descrição da trajetória de Amora na trama, juntamente com o relato da convivência com os seus outros ficcionais, conseguimos pontuar algumas características acerca do narcisismo contemporâneo. Desde as primeiras cenas, identificamos o seu perfil sobrevivencialista, de uma menina que viveu na rua e, a todo o momento, lembra que viu e viveu coisas que ninguém imagina, intercaladas pelo sofrimento de ter sido abandonada. A vivência de situações violentas ou com aspectos traumáticos ascende no sujeito a vontade de regredir ao estágio narcísico inicial, em que era portador de toda perfeição, poder e cuidados.

A vida em sociedade, ao confrontar o sujeito com os seus outros sociais, apresenta uma condição de impotência e desamparo estrutural, conforme as feridas impostas ao narcisismo. Neste processo, o ego narcísico pode tanto se dissipar no ideal de ego, quanto se engrandecer pelo ego ideal. Entretanto, quando esta relação se apresenta em forma de sofrimento exacerbado, o ego ideal, enquanto instância protetora frente ao medo de esfacelamento egóico, se sobressai. O ego ideal se apresenta como portador do eu narcísico que, por sua vez, reage mediante a ameaça de desintegração, buscando saídas protecionistas. Estas saídas trazem um fechamento defensivo, ante qualquer situação conflitiva.

No caso de Amora, constatamos uma tendência para a autopreservação constante, em que as preocupações consigo ultrapassam o relacionamento com a alteridade, vide o caso em que ela diz para a irmã que: “gente como a gente [que morou na rua e lutou pela sobrevivência], sempre se coloca em primeiro lugar.”. Ela justifica suas ações pelo caráter sobrevivencialista de sua existência, responsável por adicionar dureza à forma de lidar com os outros e com os acontecimentos da vida. Maurício diz que, em um primeiro momento se

encantou pelo jeito inabalável e autossuficiente de Amora, mas que agora o teme. Qualquer mínimo indício de ameaça, Amora revida ferozmente. Essa postura defensiva lhe distancia do relacionamento com o “diferente”, que ela pretende aniquilar, ainda que simbolicamente.

O domínio do ego ideal revela a dificuldade em se relacionar com a diferença e com o conflito, por isso a busca por um “outro” que mais se aproxime da figura de semelhante. Amora não tem um bom relacionamento com Malu, que se apresenta como principal ponto de contrariedade na trama. A meia-irmã questiona as atitudes pouco empáticas de Amora e seu comportamento indiferente ao sentimento alheio. Amora chega a dizer que gostaria que Malu morresse, pois só assim ela lhe deixaria em paz – compreendemos como uma espécie de fuga à circunstância de conflito apresentada.

Bento também atua nesse papel contestador de Amora, entretanto, ele se porta como objeto de amor, capaz de tirar Amora da indiferença emocional. Mas a vulnerabilidade do sujeito desejante e o conflito proporcionado pelos posicionamentos de Bento, contrários aos seus, não são almeçados, então ela hesita. Por outro lado, Maurício representa todo o conforto de uma relação sem grande envolvimento e em que há semelhança e aceitação. A tríade formada por Amora, Bento e Maurício norteia o tom romântico do melodrama. Mas quando Amora opta por Bento, ela arma uma circunstância para tirar vantagem, mais uma vez, se colocando como principal beneficiária de suas atitudes, não importando a quem prejudique.

A construção de Amora também traz a característica da privação que, segundo Baudrillard (1995), diz respeito ao eterno excedente de necessidades em relação à oferta dos bens. Por mais que exista exagero de produção material, sempre haverá privação, não só pela incitação propagandística que age na produção do consumidor perpetuamente insatisfeito, mas porque muitos estão excluídos de consumir mesmo as necessidades mais básicas. Quando criança, Amora não tinha o que calçar e lembra a frustração de desejar os sapatos das vitrines sem poder compra-los. Essa circunstância de privação marca a trajetória da personagem durante toda a trama e aparece como argumento para sua obsessão por sapatos.

Amora tem um closet com centenas de pares, pois ela diz que eles lhe transmitem segurança. Essa sensação de segurança pode estar associada ao artifício propagandístico de vincular o ato de consumir determinado produto a sensação alentadora de sublime satisfação, como se o objeto tivesse sido elaborado para suprir um desejo particular do sujeito, e não com intuito de movimentar (e escoar) o intenso ritmo produtivo.

De acordo com Severiano (2001), na sociedade de consumo segmentada, o objeto se afasta de sua funcionalidade e passa a representar a projeção de ideais. Ou seja, o sujeito não

sai de si em busca do objeto, mas busca reencontrar a si mesmo por meio das miragens onipotentes (eu ideal) que o objeto simboliza. A relação de Amora com os sapatos remete a essa falsa projeção dos desejos humanos em bens de consumo, como se esta união estivesse habilitada a adicionar os sentimentos de felicidade e completude a sua vida, além de aplacar e a dor do abandono. Mas Bento insiste que mesmo com todos os sapatos, Amora continuará descalça, em analogia ao fato de considerar que nenhum bem de consumo conseguirá tamponar seu sofrimento e vazio.

O processo de sedução constante, executado pela propaganda de consumo, conquista êxito porque consegue congrega uma complexa articulação entre apelos econômicos, poder simbólico e desejos primitivos. Todavia, esse processo que vincula o desejo humano ao consumo pode acabar obstruindo os laços afetivos estabelecidos com a alteridade. Uma vez que de maneira correspondente ao que aconteceu com Narciso, obcecado pela ilusão de reencontro consigo conforme o reflexo na água, o sujeito pode mergulhar fundo nas imagens de satisfação encarnadas pelos objetos, o que redundará em alheamento e autocentramento. Kevin chama atenção para o fato de que Amora prefere comprar sapatos a conversar com alguém. Quando Amora forja uma mudança de comportamento, sua primeira medida é de divulgar que vai prezar mais os laços afetivos do que os bens materiais.

Ao internalizar os ideais veiculados por uma cultura consumista, que prega a inovação incessante de objetos e desejos, que não se preocupa com a satisfação, mas que se baseia no descontentamento constante, o sujeito não tem garantido nenhum retorno libidinal, o que fragiliza o ego, de acordo com o investimento direcionado para o objeto. Nesse caso, a relação com o outro sai afetada e, por conseguinte, a formação identitária, pois sem o outro, como conceber sua diferenciação fundante? O sujeito então nem mesmo se reconhece. Verônica tem essa visão de Amora, para ela, a *it-girl* não se conhece, não sabe o que quer, por isso é tão influenciada pela mãe.

Amora encara a relação com o outro de forma similar à relação com um objeto supérfluo de consumo que facilmente sai da moda. Os vínculos, estabelecidos conforme sua conveniência imediata, podem ser rompidos a qualquer momento, sem o menor sinal de remorso. Amora menospreza o carinho e admiração de Socorro, mas quando necessita de seus serviços, sabe exatamente como usar seu poder de persuasão. Outra característica das relações ficcionais vividas por Amora diz respeito à competição, instaurada pela diferenciação do consumo, que se alastra para outros setores. A *it-girl* se considera superior pelo *status* social e popularidade que congrega, por isso, se autoavalia como uma pessoa bastante invejada. Em

todas as competições estabelecidas, Amora se coloca em vantagem e, sendo assim, humilha, deprecia e subestima as outras personagens encaradas como “rivais”.

Ela também se intitula como uma vencedora, por ter conseguido “sobreviver” e “subir” na vida de acordo com seus próprios méritos (ela não tem capacidade de reconhecer nenhuma contribuição). Na sua concepção, notoriedade midiática e poder econômico são encarados como sinônimo de absoluto sucesso e glória. Amora representa uma *it-girl*, ou seja, uma garota objeto, que vende estilo de consumo e aparência. Essa denominação se coaduna ao regime de aparência contemporâneo em que, segundo Freire Costa (1984), o corpo recebe todo o investimento necessário para bem aparentar.

Nesse caso, a sociedade de consumo avilta o narcisismo dirigido ao posicionamento do corpo, que serve como mais belo objeto de consumo, apto a ostentar os signos do sistema da moda. Assim, a preocupação com os atributos corporais perpassa os símbolos reconhecidos como merecedores de prestígio social. Nesse caso, podemos pensar na devoção direcionada às marcas e grifes renomadas. Conforme a leitura que Freire Costa (1984) faz de Baudrillard (1995), o narcisismo dos nossos tempos seria uma espécie de “narcisismo dirigido” para aquilo que, no corpo do sujeito, expressa sua vinculação e posicionamento na pirâmide de diferenciação social. Amora, por sua vez, é representada como símbolo de sofisticação e luxo e, pelas questões de consumo que sua imagem encarna, ela alça status de “celebridade”.

Na construção da novela, Amora constantemente ressalta que tem um nome e imagem a zelar, nesse caso, seu corpo se assemelha a um modelo vivo, feito para estampar signos da moda e servir como exemplo. Mas no fim da trama, em uma conversa com Simone, Amora abre seus sentimentos e revela que “Amora Campana” é uma espécie de boneca que ela inventou para vender tudo que divulgasse, ela relata que o seu sofrimento do abandono, nunca fez parte dessa criação. “De mim, o público conhece apenas uma máscara.”.

A criação de autoimagens corresponde à união entre a moral do espetáculo, a comunicação e o consumo, que demanda uma produção glamourizada do eu, em conformidade aos códigos legitimados como eficazes pela indústria do entretenimento. Seria o caso da consumidora Amora, que se transforma na própria mercadoria. O fato de Amora atrair olhares, como se estivesse sempre exposta em uma vitrine (midiática), adiciona à sua construção a preocupação exacerbada com qualquer mancha que possa macular sua imagem perante a mídia. Amora também considera a superioridade de ter sua imagem refletida no espelho midiático, por essa razão trata com desdém a alteridade, encarada como mera plateia para o seu sucesso – essa característica tem a ver com o destaque reservado ao eu ideal.

Entretanto, quando a presença do outro que atua como uma carga estruturante do eu é menosprezada, ao invés de fortalecimento, pode acarretar ainda mais vazio e degradação.

Por fim, mediante o perfil sobrevivencialista, o autocentramento, hiperinvestimento pessoal e a indiferença no relacionamento com a alteridade, a redenção de Amora vem com o sentimento de compaixão, que ela diz para Bento não saber do que se trata. Mas quando sua irmã adoece e seus sobrinhos acabam ficando órfãos, acende em Amora o sentimento de cuidado e zelo pelo outro, pois como aconselha Freud (1990), o sujeito está condenado ao adoecimento caso, em nome frustração ou medo da violência, torne-se incapaz de amar. O amor ressurge na vida de Amora também por meio da ternura de Bento que, conforme Malu menciona, representa a única relação minimamente humana mantida pela *it-girl* na novela.

Depois de muito correlacionar felicidade a atributos materiais e buscar incessantemente (e deslealmente, diga-se de passagem) luxo e sofisticação, Amora, ao ver seu antigo reduto de ostentação (closet) arruinado, questiona se realmente era feliz (mesmo rodeada de sapatos e admiração de fãs). No fim da trama, voltado para a redenção esperada pelo padrão do final feliz, ela começa a perceber a fraude de uma vida baseada em aparências e na frivolidade consumista.

4.2.2 Bárbara Ellen, histriônica e egoísta

Bárbara Ellen é o nome artístico de uma atriz decadente, que amarga uma má fase, mas ainda assim se considera uma grande diva. Na trama, as atitudes de Bárbara são guiadas por valores midiáticos, isso inclui até mesmo a adoção de filhos. Nos primeiros capítulos da novela, Bárbara aparece envolvida com a traição do seu atual marido, Jonathan James, um cara bonito em quem a atriz visualizou um potencial para a fama. No entanto, quando fica famoso, Jonathan começa a trair Bárbara com a mulher mangaba (Brunetty) e ela não aceita, de forma alguma, ser colocada para trás.

BÁRBARA ELLEN: como é que você pôde fazer isso comigo, depois de tudo que eu fiz pra você, seu canalha? Eu te dei um nome, fama, eu te dei glamour. Se não fosse por minha causa, você estaria em um postinho de beira de estrada enchendo pneu de carro. Eu que paguei sua academia, proteína, o seu tratamento de pele, até seu DRT. Se você não fosse marido de Bárbara Ellen, ninguém te chamaria pra ser modelo, muito menos ator.

JONATHAN JAMES: antes eu era marido de Bárbara Ellen, agora você é a mulher de Jonathan James. Aliás, ninguém entende como um cara jovem, bonito e com uma tremenda carreira pela frente, ainda tá casado com uma atriz velha e decadente. E quer saber, acabou, tô fora, vazei, mocreia!

Quando Jonathan James sai, Kevin fala: “mais um que se vai, sétimo ou oitavo?”. Tábata, a assessora de imprensa de Bárbara, pede que ela repense a separação, pois não é um bom negócio se separar agora que Jonathan James está famoso. Bárbara diz que sobreviveu a outros términos, sobreviverá a esse também. Para não ficar por baixo, quando seu ex-marido aparecer com Brunetty, Bárbara arma uma coletiva para falar da separação e dizer que ela o expulsou de casa porque abusou de sua futilidade. “Em dez minutos, a coletiva vai estar em todos os sites e aí, para todos os efeitos, a mulher mangaba ficou com os meus restos [sorri satisfeita], quero ver a cara de cuíca daqueles dois.”. No entanto, um pouco antes da coletiva começar, Tábata anuncia para Bárbara que Jonathan caiu de um cavalo e morreu. Os planos da coletiva mudam e ela obriga os filhos a aparecerem junto dela na coletiva:

BÁRBARA: os meus filhos, eles vão me apoiar nesse momento de dor. Porque assim como eles precisam de mim, eu também preciso deles. A Luzinha, imagine, que eu encontrei nas profundezas da selva amazônica, comendo lascas de seringueira. O Kevin, vem cá, Kevin, eu resgatei das minas africanas, um príncipe guerreiro, um afrodescendente legítimo, como vocês podem ver [Kevin tem a pele bastante clara, mas a mãe insiste que ele é negro]. E a Dorothy, minha princesinha tão querida, que eu trouxe da Tailândia... (...) É por eles que, mesmo morta por dentro, eu seguirei em firme e de pé, não é, meus filhos?

[Tábata pede para todos os repórteres se retirarem, pois é um momento muito triste e a família precisa descansar. Quando todos saem, Bárbara empurra os filhos para longe dela e diz: Chega, saiam daqui!]

Emília oferece um chá para Bárbara e ela diz que não quer, pois precisa estar lúcida para bolar uma estratégia para impedir que não venha à tona o romance de Jonathan James com a mulher mangaba. Na preparação para o enterro, Bárbara orienta os filhos a pensar em coisas tristes para provocar o choro, anteriormente ela já havia proibido a ingestão de comida para ressaltar as feições de abatimento. Chegando ao enterro, Bárbara posta uma foto com os filhos e comemora que sua página na internet vai ter um congestionamento de tantos acessos.

Quando o caixão chega com o corpo de Jonathan, ela diz baixinho: “ordinário!” e Dorothy constata que a mãe comprou o pior tipo de caixão: “Ele que se dê por satisfeito de não ser enterrado em uma caixa de tomates. Não, porque por causa desse piolho, eu deixei de fazer Avenida Brasil, eu sim que teria sido uma excelente Carminha, não é?”, Damáris concorda e Bárbara pergunta: “Damáris, que roupa é essa? Você tá parecendo mais viúva do que eu. Você tá querendo roubar a minha atenção nesse velório, é isso?”. Damáris explica que não teve tempo de trocar de roupa, pois veio direto da audiência do divórcio e chora

lembrando sua separação, mas Bárbara a repreende: “pode parar com esse drama, que a estrela do velório aqui sou eu, Damáris, sou eu!”. E segue com a encenação de sofrimento frente à imprensa.

Nem bem volta para casa do enterro de sue ex-marido e Bárbara já planeja arranjar um novo, dessa vez, seu alvo é Natan Vasquez. Ela já parte do pressuposto de que será fácil, pois considera que todos os homens são apaixonados por ela. Na cena de 02 de maio, quando Natan vai fazer uma visita pela morte de Jonathan James, Bárbara pede para ele subir aos seus aposentos e veste uma roupa sensual para recebê-lo. Ela diz que precisa do abraço dele, pois se sente protegida e diz para ele agir como se só existissem os dois no mundo. “Loucura negar essa paixão que nos devora! Não foge de mim, Natan.”. Ele fala que não está fugindo dela e sim dele e da atração insana que sente por ela. Quando Natan bate a porta, Bárbara fala sozinha que não dá uma semana para ele ir morar em sua casa e começa a gargalhar vitoriosa. Malu escuta e diz que não vai permitir isso:

MALU: eu não acredito, você acabou de enterrar o Jonathan e já tá caçando outro marido, mãe? O Natan ele é casado e pai do Maurício, que vai ficar noivo da tua filha predileta.

BÁRBARA ELLEN: a paixão é maior do que qualquer convenção social...

MALU: você tá querendo fazer uma canalhice, né?

BÁRBARA ELLEN: ah, Maria Luísa, você às vezes é tão politicamente corretinha, sabia?

MALU: olha aqui, ao contrário de você, eu penso nas pessoas e não vou deixar você estragar essa família.

Bárbara não dá atenção à Malu e diz que se ela contar algo, vai apenas apressar o inevitável, pois Natan é louco por ela e logo logo vai largar a Verônica para viver essa paixão. No capítulo de 03 de maio, Bárbara conta para Amora dos seus planos, e a *it-girl* só pede que para ela deixar passar o seu casamento com Maurício. Bárbara se vangloria: “não sei o que acontece, mal enviuvei e os homens já caem aos meus pés, enquanto a Damáris, coitada, não consegue segurar nem o Wilson.”. Bárbara se considera uma mulher absolutamente irresistível, capaz de conquistar tudo que almeja.

Nesse meio tempo, Fabinho entra na trama e pretende se aproximar de Bárbara para destruí-la, pois ela foi a responsável direta por ele ter sido criado longe dos pais biológicos. Sua tática se resume em aguçar a vaidade da atriz para ganhar confiança. Logo na primeira aproximação dos dois, no noivado de Amora e Maurício, ele se assume como um fã incondicional do trabalho de Bárbara, o que logo de cara já lhe deixa envaidecida. No capítulo de 05 de maio, ele começa seu plano:

[Fabinho se aproxima sorrateiramente]

BÁRBARA ELLEN: ai que susto!

FABINHO: desculpa, é que eu tô emocionado, tô na casa de uma das maiores atrizes do Brasil.

BÁRBARA ELLEN: que é isso, também não é assim... [finge modéstia]

FABINHO: [brinde] à maior estrela do país!

BÁRBARA ELLEN: você é muito agradável, Fabinho.

FABINHO: Bárbara, sei que você não gosta muito de falar sobre si mesma [fala ironicamente, mas ela sequer percebe de tão inebriada pelos elogios], mas qual foi seu trabalho preferido na TV?

BÁRBARA ELLEN: ah, imagina, é um enorme prazer conversar com um rapaz tão culto, tão bem informado como você. Ah, você é muito simpático... O trabalho que eu mais gostei... [corta o som das personagens e só se vê Bárbara gesticulando intensamente como se estivesse contando grandes feitos]

A sequência da conversa continua com Fabinho perguntando pela presença de Plínio Campana, mas Bárbara fala que ele não vai, pois não tem mínima consideração por Amora e nem pela família. Bárbara diz ainda que Plínio só pensa nele e nos documentários horríveis que ele faz para agradar os críticos, já que o público mesmo odeia a chatice de suas produções.

BÁRBARA ELLEN: mas vamos falar de coisas mais amenas, você sabia que o Gilberto Braga se inspirou na minha vida para escrever aquela novela "Celebridade"?

FABINHO: não acredito!

BÁRBARA ELLEN: Uhum, ele inclusive insistiu muito para eu ser a protagonista.

FABINHO: e você não topou por quê?

BÁRBARA ELLEN: naquela época todos os autores me queriam como protagonista, brigavam tanto entre si, era tão cansativo. Aí eu desisti dessa coisa de fazer novela e fui para a África fazer o bem. Ah, foi quando eu adotei o Kevin, eu o resgatei de uma mina de carvão no Zimbabué. [Kevin se aproxima] Aliás, você era mais escurinho quando de adotei.

KEVIN: ela insiste que eu sou afrodescendente.

BÁRBARA ELLEN: mas é claro que você é, qualquer um pode ver, não é?

Bárbara engana as pessoas sem nenhum remorso para emplacar suas ideias extravagantes, quando recebe complacência e incentivo, ela deslança a se gabar ininterruptamente. Ela se envolve tanto com o encantamento demonstrado por Fabinho, que dá um jantar comemorativo e resolve convidá-lo. No jantar, ela centraliza todas as atenções em torno de si, conta histórias sobre os bastidores dos seus trabalhos, principalmente os fatos que lhe exaltam, ri exageradamente e encena. Mas depois, arrasta Natan para adega para assedia-lo e chega até a fazer um pedido de casamento, ele diz que pode até se aventurar a

viver a relação, mas que não vai se separar de Verônica. Esse discurso de Natan permanece em várias cenas que os dois estão juntos. Então, percebendo que Natan realmente não pretende pedir o divórcio, ela dá um jeito de separar os dois.

Os planos de Bárbara envolvem um flagra dela e de Natan na cama de Verônica. Para conquistar seu objetivo, Bárbara oferece um emprego de atriz para Mari e a funcionária mente para a patroa com a intenção de que ela volte ao apartamento antes do previsto. Assim acontece, antes de viajar para a Bahia, Verônica retorna ao apartamento para pegar uns documentos e toma um susto ao encontrar Bárbara e Natan no seu quarto. Natan diz que as aparências enganam e Bárbara desmente: “não, não faça sua esposa de idiota, é mais digno assumir. Sim, Verônica, é exatamente isso que você está vendo. Eu e Natan, nós temos um caso! Não, não fique assim, é mais forte do que nós, a culpa é dessa paixão avassaladora”, diz Bárbara em cena exibida em 14 de maio. Verônica a expulsa furiosa e ela sai sorrindo.

Nesse mesmo capítulo, ao chegar em casa, Amora dá recado enviado por Verônica: “mãe, ela disse que você venceu!”, Bárbara grita efusivamente: “*good news*, filha! De todos os defeitos do mundo, o único que eu não tenho é a modéstia, quando eu entro numa disputa, é pra ganhar! Eu não boto só o dedinho não, eu mergulho de corpo inteiro!”. Os filhos escutam trás da porta e lamentam o fato da mãe ter destruído mais um casamento, “perto da mamãe, a Lucrecia Bórgia é a madre Teresa de Calcutá.”, finaliza Dorothy.

Entretanto, apesar da armação, Natan não aceita morar com Bárbara e ela fica inconformada. No capítulo de 15 de maio, durante o café da manhã, Amora aparece animada porque vai entrevistar alguém importante e Bárbara pergunta se ela não tem respeito e compaixão pela miséria alheia, fala que não convém sorrir enquanto tem um monte de gente no mundo passando fome. Os filhos sugerem que sua irritação tem a ver com Natan e ela grita: “eu resgatei vocês da mais espessa lama e é assim que vocês retribuem? Com cinismo e insinuações cretinas? BASTA! SAIAM! Não quero ninguém aqui falando besteira, aquelas férias para Orlando acabou, vocês vão passar no porão, acorrentados a pão e água!”. Depois é a vez de Malu criticar a mãe: “Feliz, mãe? Não, né. Pois é, o homem põe e Deus dispõe. Você sabe do que eu tô falando, também sabe que não pode controlar todo mundo o tempo todo. Ainda bem!”.

Bárbara, assim como Amora, se preocupa tanto em manipular as pessoas próximas, quanto a sua imagem perante a mídia. Na cena de 11 de maio, ela discute com sua assessora por não estar mais recebendo convites para divulgação:

BÁRBARA ELLEN: nossa relação tá azedando, você não me consegue mais nada...

TÁBATA: você queria o quê, depois te ter quebrado uma garrafa de whisky na cabeça do Dennis Carvalho?

BÁRBARA ELLEN: culpa dele que me chamou pra fazer uma atriz decadente em uma novela das sete chinfrim, escrita por dois autores inexpressivos. Isso sim foi uma audácia! [ironia com a própria circunstância da novela].

TÁBATA: pois se comporta que hoje eu consegui uma entrevista para a revista “Viver em família”. Você tem que fingir que é uma mãe amorosa e que se preocupa com causas sociais.

BÁRBARA ELLEN: eu não preciso fingir, eu sou essa mãe!

Bárbara demonstra uma incrível segurança nas personagens que incorpora para representar nos seus meios de convivência. Mas o retorno da mãe à sua casa mexe com essas construções, uma vez que Madá conhece profundamente as atitudes da filha e a todo o momento promete desmascará-la. Assim como Madá, Emília também reconhece as armações de Bárbara, pois ela criou sozinha todos os seus filhos, que a consideram como uma verdadeira mãe. Mas ao ser contrariada por Emília, Bárbara a demite, sem que Malu saiba, e ainda chantageia para que ela diga que saiu por vontade própria. Todavia, em cena de 24 de maio, Madá compreende a circunstância e ameaça expor toda a sujeira da filha na mídia, caso ela continue com a ideia de demitir Emília, mas Bárbara desdenha:

BÁRBARA ELLEN: fique a vontade, você acha que a mídia vai dar alguma importância a uma senhorinha que já passou por onze clínicas psiquiátricas? (...)

MADÁ: não faz isso com a Emília, ela é uma pessoa que é quase um anjo.

BÁRBARA ELLEN: a Emília que pediu pra ir embora, ela disse que tava velha e cansada e recebeu uma excelente indenização pra poder...

MADÁ: pra calar a boca e sair daqui, porque ela, tanto quanto eu, sabe dos seus podres. Então ela ia ser um problema aqui dentro, você arranhou um jeito de mandar embora. É assim que você faz quando alguém ameaça a sua imagem, você dá um jeito de se livrar da pessoa. Nesse departamento você é bem democrática, tanto faz se for a empregada ou sua mãe, você joga no lixo qualquer pessoa que atrapalhe a sua vidinha de glamour, a sua vidinha de aparências...

Ainda no mesmo capítulo, Luz, Dorothy e Kevin imploram para Emília não ir embora, mas ela diz que não tem jeito, vai ter que ir. Kevin chora muito e diz que não vai conseguir viver sem Emília. Bárbara logo concatena: “O Kevin tá muito sensível, será quê?”, Madá responde: “será que nada, ele só tem coração, diferente de você!”. Mais na frente na novela, Bárbara tenta se promover com mentira sobre Kevin. Em 26 de junho, ela convoca coletiva de imprensa para declarar o filho como sexualmente diferenciado.

BÁRBARA ELLEN: digo e reafirmo, o Kevin é sexualmente diferenciado.

KEVIN: mas isso é uma calúnia!

BÁRBARA ELLEN: filho, não se intimide, nem se acovarde e principalmente, não se desculpe. Se orgulhe da sua condição, assim como a mamãe.

REPÓRTER: mas fala, Bárbara, quando você percebeu que seu filho era...

BÁRBARA ELLEN: quando eu vi o Kevin aos sete anos imitando a Madonna, cantando “*justify my love*”, aquilo foi uma verdadeira epifania pra mim.

KEVIN: mãe, você sabe que eu nunca curti Madonna.

BÁRBARA ELLEN: filho, vem cá, não se acovarde. Olha, a sua missão é exatamente inspirar todas as pessoas sexualmente diferenciadas a proclamar com alegria a sua condição ao mundo!

KEVIN: mas eu não sou isso que você tá dizendo.

REPÓRTER: mas negro você continua sendo?

KEVIN: também não!

BÁRBARA ELLEN: Kevin, para de negar quem você é! Assuma seu verdadeiro eu!

KEVIN: só que eu não sou negro, também não sou sexualmente diferenciado. Eu já tô cansado de tanto bulliying, vindo de todos os lados.

BÁRBARA ELLEN: vocês viram só? O coitadinho não aguenta mais ser vítima de tanto preconceito. De tanta boçalidade, afinal de contas, não é todo mundo que tem uma mente libertária como eu, né?

REPÓRTER: mas você não acha que tá expondo demais o garoto, não?

BÁRBARA ELLEN: se eu quero um país livre de preconceitos, tenho de começar pela minha própria casa. Afinal, o que é a intimidade da minha família diante da livre expressão de pensamento e da sexualidade?

Depois, Bárbara ainda chega a divulgar que Kevin sofre de anorexia. Quando Malu critica o oportunismo da mãe, que usa o próprio filho para aparecer na mídia, ela reclama com Amora: “tá vendo, Amora? Esse é o preço que eu pago eternamente por causa da minha suprema generosidade.”. Bárbara sempre se coloca no lugar de ofendida, de injustiçada, enquanto o tempo todo ela está passando por cima dos sentimentos alheios para conquistar seus objetivos.

Fabinho continua na empreitada de destruir Bárbara, ele se comporta como um amigo e até aconselha ela a influenciar Natan no grande sonho de ser cineasta. Então, Bárbara liga para todos os jornais e diz que Natan vai começar carreira no cinema. Na cena veiculada no dia 20 de maio, Natan vai à casa de Bárbara para cobrar explicações sobre essa carreira que ele nem tava sabendo que havia iniciado:

NATAN: que história é essa de espalhar por aí que eu vou fazer um filme?

BÁRBARA ELLEN: então, eu estava certa. O que te trouxe aqui foi a paixão, se não por mim, pelo cinema.

NATAN: Bárbara, sinceramente, o que você pretende com essa história sem pé nem cabeça?

BÁRBARA ELLEN: você não vive dizendo a arte da publicidade é gerar necessidade que o consumidor nem sabe que tem? Pois então, foi exatamente isso que eu fiz. Eu vendi pra mídia uma banana verde, intuindo que ela estaria quase madura. Só você não sabia, meu amor.

NATAN: não viaja, Bárbara. Não viaja!

BÁRBARA ELLEN: sua presença aqui só revela que o filme não é apenas um sonho, mas uma possibilidade real dentro de você.

NATAN: ser cineasta era um sonho de garoto, sou publicitário, um dos maiores do país, estou profundamente satisfeito.

BÁRBARA ELLEN: um homem ambicioso como você nunca está satisfeito, sempre quer mais e mais. Também acho um desperdício de talento, você fazendo comercialzinho que ninguém valoriza.

NATAN: como não valoriza, você não viu o prêmio que eu ganhei?

BÁRBARA ELLEN: eu tô falando de arte, de prestígio, não de vender sabão... Você merece muito mais do que uma festinha de firma, você merece o tapete vermelho do festival de Veneza, Berlim, de Cannes. Chegou sua hora de fazer algo grandioso, que atravesse o tempo.

Bárbara fala que é bem relacionada, que vai conseguir patrocínios e diz que pode ser a protagonista do filme. Bárbara realmente consegue um patrocínio com Barrabás, seu ex-marido que ficou milionário vendendo minhocas, ela diz que sempre soube que ele não se negaria a contribuir, pois ainda morre de amores por ela. Fabinho pergunta se ela pensa em ser a estrela do filme e ela diz que sim, mas ele finge certo desconforto: “o que foi? Saiba que eu fotografo lindamente. Na tela eu aparento ter no máximo uns 27 anos.”. Fabinho fala que estranhou porque ela é uma triz de alto calibre estrelando o filme de um estreante. “Acho que seu lugar é em Nova York, filmando com Wood Allen.”, “eu me contentaria com Pedro Almodóvar. Cabe a nós, atrizes de primeira grandeza, apostar nos novos diretores, sabe? Porque o que move nosso ofício, mais do que tudo, é o exercício de generosidade.”. Fabinho elogia dizendo que ela representa uma rara união entre talento e generosidade, ela fica toda boba, mas pede incisivamente para ele ir para o time dela. “É uma honra integrar o time de Bárbara Ellen!”.

Na festa de Camilinha Lancaster, Bárbara resolve anunciar que está namorando Natan Vasquez, mesmo a contragosto dele. Ela diz para os repórteres que sonhou com Jonathan James e no sonho ele dizia para ela seguir sua vida com alguém especial, ela ainda complementa: “olha, fiquei até arrepiada!”. Bárbara chama a atenção ao fazer uma cena sobre como ela e Natan estão profundamente apaixonados. Amora entrevista a mãe e começa pedindo para ela falar sobre o seu look, nesse momento, Bento pega o microfone das mãos de Amora e fala o que ele acha sobre o casal. Essa cena foi ao ar em 31 de maio:

BENTO: em nome da Malu Campana e do seu filho [aponta para Natan], eu gostaria de parabenizar esses dois traidores, mentirosos e oportunistas. Tenho certeza que esse casamento e o filme serão muito bem-sucedidos, já que a hipocrisia e a sordidez abrem todas as portas por aqui. Então, sucesso a essa dupla de canalhas... Com licença. [devolve o microfone na mão de Amora e sai].

BÁRBARA ELLEN: esse é um rapaz que vive perseguindo a gente, um coitadinho, um esquizofrênico, um perturbado... Um revoltado contra a elite intelectual e financeira... Sabe que no fundo no fundo eu sinto muita pena dele?

Bárbara alimenta um sentimento de superioridade pelo dinheiro e fama que possui, por isso, todas as pessoas que a contestam, ela considera que agem movidas por uma espécie de inveja de sua situação privilegiada. Em 14 de junho, Bárbara Ellen repreende Malu por achar que ela está namorando Bento:

BÁRBARA ELLEN: por que eu tenho que saber pela TV que você se envolveu com um facínora? Você começou a namorar um homem que declaradamente me odeia e quer ver minha ruína.

MALU: mas você é uma coitadinha, né? Uma vítima. O mundo inteiro te odeia, começando pelo Maurício.

BÁRBARA ELLEN: Maurício é um mal necessário, mas Bento é um canalha.

MALU: e por que ele é um canalha? Por que ele te disse umas verdades? Por que ele salvou minha vó de ti?

BÁRBARA ELLEN: você não percebe que a estratégia do Bento é exatamente essa? Nos desunir, jogar uns contra os outros. Implodir a nossa família. Ele é um órfão ressentido que morre de inveja do nosso lar.

MALU: que lar! Desde quando essa casa precisa de alguém pra desunir a família, você faz isso muito bem, mãe! E o Bento, ele não é um órfão ressentido, ele é um cara decente e íntegro.

(...)

BÁRBARA ELLEN: Maria Luísa, se você fosse mais inteligente e menos carente, não ia cair na lábria desse Dom Juan ecológico da Casa Verde, não se iluda, ham. Ele tá te usando contra mim e contra a sua irmã.

MALU: nem você e nem a Amora são tão importantes e nem nossos interesses são tão restritos, viu? Boa noite!

BÁRBARA ELLEN: vim cumprir meu papel de mãe. Mas se você quer estragar a sua vida e terminar de cócoras na porta de uma cozinha suja dando milho pra galinhas, o problema é seu! Ah, e você sabe que esse namoro até que tem as suas vantagens? Pelo menos a Amora fica livre do assédio do Bento...

MALU: e já que ela é a filha que você mais ama.

BÁRBARA ELLEN: ela é a filha que mais me escuta, por isso que ela está onde está e por isso que ela é o que é.

MALU: e o que que a Amora é?

Bárbara também considera o sucesso na mídia como símbolo de vitória e motivo de admiração e cobiça, por essa razão tem Amora em alta conta. Quando ela percebe que a

aproximação com Bento pode distanciar Amora da sua carreira, ela vai à casa de Gilson e Salma, na cena de 27 de junho, para ordenar que eles afastem Bento de sua filha.

BÁRBARA ELLEN: você deve imaginar o que eu vim conversar com você, não é, Gilson?

GILSON: eu imagino que você veio me pedir pra separar Bento e Amora...

BÁRBARA ELLEN: exatamente, eu gostaria que a gente se unisse nessa missão heroica, você sabe tão bem quanto eu, que os dois não têm nada a ver um com o outro.

GILSON: o que não me dá o direito de interferir na vida deles...

BÁRBARA ELLEN: mesmo sabendo que o Bento vai sofrer ao lado dela?

GILSON: sabe, Conceição, se tem uma coisa que eu me arrependo, é de ter deixado você adotar a Amora. Se não fosse a sua influência, eu tenho certeza que ela seria uma moça bem melhor...

BÁRBARA ELLEN: não seja tão injusto comigo, eu não dei pra Amora só fama e glamour. Eu dei todo meu afeto, Gilson.

GILSON: você adotou a Amora porque você queria uma bonequinha de luxo e pra posar de benemerita pra mídia.

BÁRBARA ELLEN: não, eu não sou responsável pelos créditos que me dão.

GILSON: mas é responsável por ter transformado a Amora em um clone seu.

BÁRBARA ELLEN: você tá exagerando o meu poder, eu não tenho culpa se a Amora gostou tanto do mundo que eu apresentei pra ela, que hoje em dia ela trafega nesse mundo muito melhor do que eu.

GILSON: se a Amora gosta tanto desse mundo que você deu pra ela, qual o perigo de ficar com Bento?

BÁRBARA ELLEN: Amora é esperta, mas ela é jovem e ainda acredita no amor. E eu não vou deixar ela jogar no lixo tudo que conquistou até hoje!

GILSON: o que diabos de tão importante a Amora conquistou até agora?

BÁRBARA ELLEN: Ok, Gilson. Eu sei que pra você morar nesse buraco, colhendo florzinha com os vizinhos, ouvindo pagode a noite inteira, é o que basta para fazer alguém feliz. Eu admito... Eu admito que tem algo de confortável e singelo na mediocridade, mas eu não criei minha filha pra ser igual a sua mulher. Ah, e graças a Deus que eu não fiquei com você, porque esse teria sido meu destino também.

GILSON: você não saiu da Casa Verde pra ficar famosa? Vai que acontece a mesma coisa com a Amora. Não precisa se preocupar, o que tiver de ser, será.

Mais uma vez, Bárbara trata a carreira de Amora como notável exemplo de sucesso, por isso tenta interferir para que nada a abale, nem mesmo o amor, um sentimento que Bárbara trata com indiferença. Também identificamos nesse diálogo o menosprezo ao tratar os menos abastados e suas formas de viver, o que denota um desmerecimento ao seu próprio passado. Mas Bárbara vai voltar para o lugar que tanto desdenha, a Casa Verde. A grande virada começa quando Fabinho e Malu armam um plano para desmascará-la e para tentar arrancar confissões sobre a sua vida, sobretudo sobre a relação com Plínio e Irene.

Na cena de 29 de junho, Malu e Fabinho fingem um namoro e depois, por conta própria, Fabinho assedia Bárbara e ela não resiste. “Não, isso não pode acontecer, você é

namorado da minha filha e eu sou noiva do seu patrão, nós não podemos ceder a esse ímpeto insano e machucar as pessoas que nos amam...”. Mas ela se sente instigada pelo desafio e envaidecida pelo interesse de um rapaz jovem. Fabinho diz que vai subir em seu quarto depois de fingir uma despedida de Malu. Ela fala sozinha “Malu, essa tonta, ainda acha que está com a bola toda.”. Bárbara compete até mesmo com a filha. Fabinho sobe para o quarto de Bárbara e propõe uma brincadeira de “jogo da verdade”:

BÁRBARA ELLEN: minha vez, qual a mulher mais madura... Quer dizer, mais deliciosamente experiente que você já ficou...

FABINHO: não posso falar, sou um cavalheiro.

BÁRBARA ELLEN: pois o senhor cavalheiro acabou de perder mais uma peça de roupa.

FABINHO: quem foi seu primeiro namorado?

BÁRBARA ELLEN: foi o Gilson, é, exatamente, o dono do buraco de onde você e Amora saíram. Belo jovem, mas nós tínhamos interesses diferentes.

FABINHO: foi por isso que você preferiu casar com Plínio então...

BÁRBARA ELLEN: Hmm, com o Plínio o meu nome chegou ao topo, mas foi uma verdadeira operação de guerra pra fisgar o idiota, porque ele era completamente apaixonado pela Irene, uma atrizinha... Você nunca deve ter ouvido falar nela, ele tinha uma peça de teatro quando foi convidado pra dirigir uma novela e, claro, deu o papel da protagonista pra ela. Mas o papel havia sido escrito especialmente pra mim, adivinha o que eu fiz? Cheguei no teatro duas horas antes e liguei para o Plínio dizendo que eu tava louca de paixão e que eu ia me matar se ele não viesse correndo. Claro, quando ele chegou e me viu chorando no palco, fez um apelo dramático a vida, eu fingi que desmaiei, ele me carregou no colo e colocou na cama do cenário. Eu fiquei esperando os minutos para a idiota da Irene entrar, quando ela chegou, eu peguei o noivinho dela e lasquei um beijão. [risos estrondosos]

FABINHO: eita, flagrante. Ela deve ter feito o maior escândalo.

BÁRBARA ELLEN: não, nada. Ao invés dela brigar pelo homem dela, ela sumiu no mundo sem nem tomar satisfação. A Irene era uma perfeita idiota.

FABINHO: ela deve ter achado que vocês tinham um caso secreto...

BÁRBARA ELLEN: mais do que isso, ela viu a química que existia entre mim e o Plínio, porque naquele beijo roubado, o Plínio pegou fogo. Ah, eu realmente tenho alguma coisa que incendeia os homens.

FABINHO: isso explica porque o Plínio não foi atrás da Irene.

BÁRBARA ELLEN: na verdade, o Plínio nem sabe que ela viu esse beijo, mas foi inteligente o suficiente pra perceber que eu sou muito mais mulher. Por que você acha que eu casei tantas vezes? Por que não tem páreo para mim. Você não viu o Natan, bastou um empurrãozinho pra ele deixar Verônica.

FABINHO: você fez assim com o dedinho e ele foi, né?

BÁRBARA ELLEN: eu armei com a secretária pra Verônica chegar mais cedo e ver nós dois na alcova do casal, foi mais fácil que roubar dentadura de defunto. Você sabe, no amor e na guerra vale tudo.

FABINHO: Bárbara, eu sempre te achei divina, mas agora tô vendo que não existe mulher como você. De quem você gostou mais, Plínio ou Natan?

BÁRBARA ELLEN: Plínio é uma mala, metido a idealista, sempre teve tudo de mão beijada, por isso que ele se dá ao luxo de desprezar o dinheiro. Dizia que eu gastava muito, que eu era fútil, não aguento mesquinhar por muito

tempo não. Agora o Natan, ele é perfeito! Porque ele se considera um gênio, mas come aqui oh, na minha mão. De quem foi a ideia de fazer o filme? Só que ele é tão limitado e vaidoso que mordeu a isca como um peixinho cego.

[dá gargalhadas]

[Natan entra com ódio, pois estava ouvindo tudo atrás da porta]

NATAN: então você só tá comigo por interesse, Bárbara? Pois o vaidoso e limitado aqui acaba de abrir os olhos, você tá liquidada, sua pilantra! É o fim.

Fabinho provoca Bárbara, diz que ela se acha mais esperta do que todo mundo. Ele diz que fez três elogios e ela caiu como uma pata velha. Ele complementa ainda que queria saber como ela separou o Plínio da Irene, mas ela foi se vangloriando sem parar e contou tudo:

FABINHO: vou te dizer, eu não acredito em Deus, não. Mas quando vi o Natan entrando. Opa! Foi divino, obra divina! Bárbara Ellen, o que um cara lindo e jovem ia querer com uma coroa patética?

[Bárbara dá um tapa na cara de Fabinho e o chama de moleque]

BÁRBARA ELLEN: insolente! Você acha o quê? Que não existe nada por baixo dessa casca? Que, por sinal, dá um bom caldo? Eu sou Bárbara Ellen! [fala com toda convicção] E eu cheguei onde cheguei por causa disso e disso [aponta para bunda e seios], mas principalmente por causa disso [aponta para a cabeça].

Ela diz que não se importa porque é só a versão dele. Fabinho diz que tem a terceira versão, a da Irene Fiori. Bárbara sorri e diz que Irene se perdeu pelo mundo e já deve estar morta a essa altura. Bárbara também diz que Natan nunca vai admitir que foi traído, então Fabinho não tem prova nenhuma, ela sorri satisfeita “você está acabado! Acabado!”. E ele debocha: “você que está acabada!”, e sai. Bárbara planeja dizer para Natan que estava drogada e repete que Fabinho não tem como provar, mas Malu diz que ela tem como gravar, pois gravou um vídeo.

BÁRBARA ELLEN: você, você, Malu? Você é a chefe dessa máfia que quer me destruir? Você, minha filha legítima, carne da minha carne.

MALU: quem tem uma mãe como você não precisa de madrasta. E mesmo assim, só Deus sabe o quanto foi difícil pra mim chegar a esse ponto. Mas alguém precisava dar um basta em você, no mal que você faz as pessoas que eu amo: ao Kevin, meu pai, à Irene...

BÁRBARA ELLEN: o Fabinho me drogou, pera aí, você colocou esse salafrário de propósito dentro dessa casa pra me seduzir? Como é que você foi capaz de um ato tão abominável contra a sua própria mãe?

MALU: quem podia imaginar que você ia cair em um joguinho de um menino que tem idade pra ser seu filho e teria tantas canalhices pra revelar?

BÁRBARA ELLEN: cala a sua boca, eu cansei de passar a vida toda aguentando sua ingratidão, seu fingimento, sua inveja. Você cuspiu no prato da minha generosidade. Você maculou pra sempre a minha boa fé. Pode pegar suas coisas e sair da minha casa!

[Plínio entra em cena]

PLÍNIO: minha casa, Bárbara. E ela é minha filha, portanto, a casa é dela. Se alguém tem que sair, que seja você.

Quando Fabinho divulga, sem o consentimento de Malu, o vídeo com as armações de Bárbara na mídia, vários repórteres acampam na porta da sua casa para conseguir entrevistas e, então, ela precisa fugir. Ela se refugia na casa de Damáris e mesmo hospedada como visita, Bárbara dá ordens aos empregados e elabora uma lista com suas vontades, preferências e hábitos. Vinny a chama de mal-educada, pois ela exige a serventia dos funcionários e sequer agradece pelos préstimos. “Você acha que todos são seus empregados?”, questiona Vinny em 11 de julho. Damáris vai se abrir com a amiga acerca de sua separação e Bárbara responde: “Chega Damáris, para de falar de você, sou eu que tô sofrendo linchamento público.”. Para Bárbara, só seu sofrimento é legítimo e merece ser debatido. Nem Damáris, sua única amiga na trama, consegue um diálogo que não seja centrado apenas na atriz. A estadia de Bárbara acaba quando Mel denuncia à imprensa seu esconderijo. Assim, Bárbara precisa se mudar para a casa da mãe, no bairro da Casa Verde.

Quando Bárbara finalmente retorna para sua casa, Irene está morando lá, a convite de Malu. Com a situação bastante desfavorável para seu lado, Bárbara tenta se reconciliar com a ex-amiga, na cena de 02 de agosto, e aproveita que a mídia está presente para fazer toda uma encenação de reconciliação com Irene.

BÁRBARA ELLEN: quanto tempo, amiga! Como você pôde fazer isso comigo, conosco. Como você teve coragem de desaparecer assim por tanto tempo sem dar notícia. Não foi só ao Plínio que você magoou, mas a mim também. Você era mais do que uma irmã. A irmã que eu nunca tive, Irene.

MADÁ: deixa de ser cara de pau, Conceição. A Irene só sumiu por sua causa, você armou tudo pra roubar o Plínio dela.

BÁRBARA ELLEN: eu realmente me apaixonei pelo Plínio. Jamais passou pela minha cabeça que você estivesse grávida e que você iria abandonar a criança e passar a viver de esmola pela rua.

IRENE: eu nunca vivi de esmola, sempre vivi da minha arte.

BÁRBARA ELLEN: de qualquer maneira, eu não posso ser apedrejada porque eu me apaixonei e segui meu coração.

[Amora pede para elas pararem pois está dando entrevista e Sueli diz que também pode cobrir esse reencontro]

BÁRBARA ELLEN: Irene, minha querida, vamos para um lugar tranquilo, temos tanto a conversar.

[longe da mídia a conversa muda de tom]

BÁRBARA ELLEN: por favor, Irene, lembre-se da época que éramos praticamente irmãs, eu nunca soube dos seus apuros. Não tive nada a ver com o seu infortúnio.

IRENE: de uma coisa você tem razão, Bárbara, eu devia ter me defendido, eu devia ter lutado pelo meu amor. Portanto, eu sou a principal culpada por tudo que aconteceu comigo.

BÁRBARA ELLEN: fico tão feliz de ouvir isso, me abraça, diz que me perdoa.

IRENE: já me responsabilizei por tudo, mas não vou te abraçar nunca, você foi desleal, você foi traiçoeira.

BÁRBARA ELLEN: você não sabe o quanto me magoa...

IRENE: você é especialista em magoar as pessoas, Bárbara, a começar pela sua mãe, que você internou a cada vez que você queria se livrar dela, e o Plínio? E o golpe que você deu no Plínio? E essa relação perversa que você tem com seus filhos, que você só adotou movida pela sua vaidade e pelo seu egoísmo.

BÁRBARA ELLEN: [diz sorrindo] e quem é você pra dizer isso, hein, sua desnaturada? Foi você que abandonou um filho, é ou não é verdade? Quem é você pra falar qualquer coisa dos meus filhos adotivos, hein? Eu salvei essas crianças... E ela abandonou um recém-nascido como se fosse um cachorro, nem dando a chance dele ser criado pelo pai. E agora ela posa de mocinha indefesa, enquanto eu sou a vilã da história, por quê?

[Malu entra na sala e responde]

MALU: porque você manipula a fragilidade das pessoas.

BÁRBARA ELLEN: e você devia ser filha dessa aí, duas sonsas posando de santa. Agora quem é que adota, educa e sustenta essas crianças rejeitadas por pessoas irresponsáveis como você...?

PLÍNIO: eu! É com a mesada que eu dou pra Malu que ela sustenta essa casa e paga o colégio das crianças.

BÁRBARA ELLEN: o que me consola é que enquanto vocês todos ficam aí me apontando o dedo, eu durmo com consciência tranquila. Agora você, como é que tem dormido esses anos todos, sabendo que jogou seu filho na mais dolorosa orfandade?

IRENE: chega, chega, chega! Por favor, Plínio. Me leva daqui!

BÁRBARA ELLEN: ah, é? Você joga seu filho no lixo e agora não tem a coragem de ouvir a verdade.

MADÁ: você não tem sentimentos, na verdade, você não é nem gente.

BÁRBARA ELLEN: eu não sou hipócrita como certas pessoas.

Bárbara Ellen joga como lhe é favorável, primeiro ela tenta passar por cima de todo o sofrimento de Irene por puro interesse e ainda a culpa por ser vítima de suas armações. Depois, quando atacada, ela responde impetuosamente e ainda inferioriza a ex-amiga. Ao longo da novela, a construção da atriz deixa passar um discurso que norteia boa parte das suas atitudes: “não basta vencer, tem que humilhar...”, diz em cena de 07 de agosto. Bárbara e Amora planejam tornar Bento o herdeiro de Plínio, quando o exame dá negativo para Fabinho, as duas comemoram euforicamente e Bárbara se vangloria: “me aplaudam, me carreguem, eu venci! Obrigada, Brasil!”, em cena de 08 de agosto.

Bárbara aproveita o infortúnio de Fabinho para culpa-lo por todas as suas armações. A repórter pergunta quais são os planos de Bárbara para o futuro e ela diz que só quer ser feliz e teatraliza um choro emocionado. A repórter pergunta para Lara se ela acha que Bárbara estava realmente chorando: “que chorando o quê? Se a Bárbara fosse no palco, a metade da atriz que ela é na vida, meu amor, ela tava feita!”, responde Lara Keller.

Depois de derrotar Fabinho, Bárbara tenta um retorno para a mídia e sua primeira proposta aparece com Vitinho Barata, que lhe convida para fazer o seriado *Sangue Bom*. Ele mente que chamou Sônia Braga antes, mas diz que ela não pôde aceitar e Bárbara responde indignada: “como você ousa chamar as maiores estrelas desse país para participar desse teu seriadinho adolescente?”. Entretanto, pouco tempo depois ela muda de ideia, pois além de não receber mais convite para atuar em nada, ela também tenciona se aproximar do sucesso ascendente de Felipinho, o protagonista da série. Mas na imprensa ela diz que só aceitou a proposta por Luz, porque ela quer tornar a filha uma atriz tão magnânima quanto à mãe.

No capítulo de 24 de agosto, Peixinho pergunta para Vitinho se a estrela principal do seriado vai participar da coletiva de imprensa e Bárbara entra triunfante e vai logo respondendo: “claro que sim, eu estou aqui!”. Peixinho diz que estava falando de Felipinho e ela diz que pode tomar de conta da imprensa enquanto Felipinho estiver ausente. “Eu garanto os *trending topics* de todas as redes sociais e Larinha, você terá o privilégio de fazer a minha primeira exclusiva.”.

Na ocasião da coletiva, em 26 de agosto, Bárbara chega querendo chamar atenção, ela passa por entre os repórteres de braços abertos e vai dizendo: “queridos, queridas, obrigada, é uma honra voltar à TV, afinal de contas, aqui é a minha casa! Aqui é o meu lar!”. Lara pergunta sobre uma declaração de Bárbara, em que ela afirmava ser preferível injetar solda cáustica nos olhos a contracenar com jovens atores. “Bom, como é trabalhar na saga *sangue bom*, onde os jovens são as estrelas...”, Bárbara puxa o microfone e interrompe: “desculpa, mais uma vez, querida, mas não existem estrelas nesse projeto. Apesar de que a história gira em torno da personagem da *Crepúscula*, mas não existe jogo de egos, somos todos uma família.”.

Com a saída de Felipinho do seriado, a audiência despenca e, na cena de 10 de setembro, Tábata se preocupa pelo fato da série não contar com nenhum outro grande nome para chamar público. Mas Bárbara discorda: “e eu sou o quê? O enterro do Cardoso estava badaladíssimo, eu chorei, esbravejei, fotografei lindamente. Dei depoimentos emocionadíssimos e a imprensa lá, atrás de mim, adorando encantada!”. Mas Mel complementa cochichando: “por trás tavam te chamando de canastrona.”. Bárbara avança ferozmente no rumo de Mel: “cala a boca, sua ressentida, você tem inveja de mim e da minha filha Amora!”.

Na época em que Natan havia anunciado Bárbara como a personagem principal do seu filme, Dennis Carvalho, fazendo seu próprio papel na trama, já havia alertado o quanto é

difícil trabalhar com Bárbara. Na cena de 05 de junho, Dennis encontra Bárbara e Natan jantando em um restaurante e diz que Natan só pode estar ficando louco por querer dirigir Bárbara:

DENNIS CARVALHO: ela quebrou uma garrafa de uísque na minha cabeça.

BÁRBARA ELLEN: me arrependo até hoje de ter gastado aquele *Bourbon*.

DENNIS CARVALHO: tá preparado pra tua estrela? Não decora texto, faz fofoca no elenco, tenta derrubar colega, trata a equipe como um lixo e ainda bate em camareira.

BÁRBARA ELLEN: é que o perfume daquela fulana empestava meu figurino.

DENNIS CARVALHO: você é doente, devia sair daqui com uma camisa de força.

BÁRBARA ELLEN: você é um diretor frouxo, tá morrendo de inveja do Natan.

[quando Dennis sai, ela comenta com Natan]

BÁRBARA ELLEN: sabe por que essa bronca toda? Ele era alucinado por mim, queria casar e tudo, como eu disse não, ele ficou arrasado.

Bárbara adota o mesmo comportamento nos bastidores do seriado sangue bom e Vitinho resolve demiti-la. Na cena de 14 de outubro, Vitinho entra sobressaltado na casa de Bárbara e diz que descobriu que ela anda falando mal da sua obra-prima.

BÁRBARA ELLEN: você está falando do seu seriadozinho fracassado? Pois fique sabendo que eu que me demito! Porque você não sabe o que é uma joia do meu quilate se submeter à humilhação de ser dirigida por um diretorzinho tão medíocre e tão vulgar.

VITINHO: você não passa de uma bijuteria de quinta categoria, que acabou de fechar a última porta na televisão.

BÁRBARA ELLEN: pois eu reabrirei todas as portas, Vitor Barata. Eu abro o que eu quiser, inclusive a sua cabecinha. [joga um jarro na direção de Vitinho!]

Com poucas alternativas, Bárbara se agarra a possibilidade de Bento ser herdeiro de Plínio, acreditando que Amora usaria o dinheiro do marido para sustentar a vida opulenta das duas. Quando o exame falsificado dá positivo, ela comemora calorosamente, mesmo mediante a tristeza arrasadora de Malu. Bárbara não tem nenhum respeito ou comoção pela dor da filha. “Dança comigo, Brasil”, Madá a repreende: “Conceição, tu não tem vergonha de ficar festejando enquanto tua filha tá sofrendo?”, diz na cena de 14 de agosto.

BÁRBARA ELLEN: quem mandou ela roubar o namorado da irmã?

MADÁ: não fica assim não, Maluzinha, porque toda víbora pica sem sentir. É da natureza delas, vem comigo.

BÁRBARA ELLEN: isso é um conselho pra vocês, não cobicem o rapaz do próximo.

KEVIN: não cobiço rapazes porque não sou gay, aliás, vou ligar pra aquela jornalista e desmentir tudo que você disse sobre mim.

BÁRBARA ELLEN: meu Deus, quanto narcisismo! Oh, diante de um assunto tão relevante quanto esse, você só pensa na sua opção sexual.

DOROTHY: só não tô entendendo porque você tá tão animada assim, se o Bento e a Amora nem namoram mais.

BÁRBARA ELLEN: mas eles vão voltar, foram feitos um pra o outro.

LUZ: mas que mudança, você tinha horror ao Bento.

BÁRBARA ELLEN: eu tinha horror ao fato dele ser pobre, agora que ele atingiu o nível da Amora, as coisas mudam de figura. Veja só, o nome Bento quer dizer abençoado e a miséria não faz parte dos que são “bem-aventurados”.

Mas o interesse de Bárbara em dinheiro, que a deixa cega para os sentimentos e faz com que ela ignore a dor da própria filha, implementa uma revolta em Malu, que resolve declarar guerra as atitudes da mãe inescrupulosa. Bárbara diz que Malu está revoltada com a vida porque descobriu que Bento é seu “irmãozinho” e diz cinicamente que não tem culpa de nada. Em 16 de agosto ela explode:

MALU: você tá adorando, não é? Por que você acha que ele vai sustentar teus luxos se ele voltar com Amora?

BÁRBARA ELLEN: ah, que é isso, pelo que você me tomas?

MALU: pelo que você é, e eu te conheço muito bem, só que eu cansei de me fazer de cega, de surda e de muda, enquanto você e a Amora se espalham na minha casa, às minhas custas...

BÁRBARA ELLEN: para lá, alto lá, menina. Essa casa é minha! É só você olhar em volta pra confirmar a quem ela pertence...

MALU: a mim e a festa terminou aqui! Acabou a festa! Eu mando nessa casa agora, quem tiver achando ruim aqui, rua! Eu não vou mais admitir as tuas grosserias, esse teu narcisismo patológico, por começar por essa sala, tá vendo essa sala, tá vendo isso aqui? [a sala é infestada de fotos de Bárbara em tamanhos gigantes. Malu joga quadros no chão] A partir de hoje você tem direito a uma foto nessa sala, o resto você enfia lá no teu quarto. Aqui eu quero fotos do meu pai, meus irmãos, minha vó e da Emília, que vai voltar pra essa casa! E aí de você se constranger alguém nessa casa!

[os irmãos gritam em apoio a Malu]

BÁRBARA ELLEN: essa aqui, oh, essa aqui [fala como se estivesse mostrando para uma plateia], é a verdadeira Maria Luísa, sonsa, perversa, sádica e cruel. É você!

MALU: qualquer deslize das duas, me avisem, porque a farra acabou!

[os irmãos gritam: valeu, Malu!]

DOROTHY: nossas humilhações públicas acabaram! Eba!

[eles cantam: “liberdade, liberdade, abre as asas sobre nós”]

Até Amora finge raiva da mãe para emplacar a sua mudança de comportamento. Mas as duas permanecem unidas e confabulando contra as outras personagens. Em 24 de setembro, na proximidade de ser descoberta pela troca de exames de DNA, Bárbara aconselha Amora a fingir uma gravidez de Bento.

BÁRBARA ELLEN: a gravidez purifica a imagem e reputação de uma mulher. Filha, é essa a salvação do seu casamento, você tem que engravidar! Se você tiver um filho do Bento, ele vai comer na sua mão pra o resto da vida!

AMORA: mãe, que ideia é essa? Vou ficar cheia de estria, de celulite, tá louca? Me poupe, né?

BÁRBARA ELLEN: que é isso, filha? Você é jovem, uma lipozinha, dieta, exercício, em três meses seu corpo volta ao normal. Você não viu a Lara?

AMORA: tá, eu boto essa criança no mundo e depois faço o quê com ela?

BÁRBARA ELLEN: nada, pra que existem as babás? Você acha que eu troquei alguma vez na vida fralda? São só nove meses de incômodo.

Mesmo sem nenhuma vocação para maternidade, Bárbara Ellen adotou quatro filhos, no entanto, ela não se preocupa com o bem-estar de nenhum deles, nem mesmo de Amora. Quase no fim da trama, ela se nega a contar a verdadeira origem dos três mais novos, impedindo que eles saibam de onde realmente vieram. Os filhos se rebelam e dizem que vão morar com o Plínio e Irene até que ela decida contar a verdade. “Me abandonem, que se eu morrer de infelicidade, a verdade sobre a origem de vocês morre comigo.”, dramatiza em cena de 20 de setembro. No capítulo do dia 28, Bárbara continua insistindo que está fazendo um bem para os filhos e Kevin ameaça contar na mídia, então ela reage: “isso, saiam, eu fotografei vocês com a minha *rolleiflex* e revelou-se uma enorme ingratidão. Dediquei minha vida inteira a vocês e recebo uma falseta dessas, vão pra o inferno, porque da minha boca vocês jamais vão saber o buraco de onde vieram.”. Depois de algum tempo Bárbara acaba revelando, não sem requintes de humilhação, os lugares não glamorosos de onde vieram os filhos.

Bárbara se distancia até mesmo de Amora, quando a “top filha” se ferra, ela a abandona sem nenhuma piedade. No capítulo de 12 de outubro, Bárbara e Amora planejam colocar toda a culpa dos golpes em Socorro e ela aconselha Amora a continuar mentindo, mas, no fim da conversa, a atriz diz que a filha pode aguentar tudo sozinha.

BÁRBARA ELLEN: o importante é nunca ser uma ré confessa. E não queime pontes porque agora você vai ter que se virar.

AMORA: como assim, mãe?

BÁRBARA ELLEN: é claro que depois de tudo, o Bento vai querer se separar, e você voltar a morar lá em casa? Nem pensar, pois a casa é da Malu, ela não vai permitir nunca. Você não pode contar com uma pensão do Bento, porque ele voltou a ser pobre. Então, filha, boa sorte!

AMORA: você vai me deixar sozinha agora?

BÁRBARA ELLEN: a imagem de dois náufragos se afogando de mãos dadas pode até ser muito bonita, mas só ajuda a afundar mais rápido, se cuida!

AMORA: você vai me abandonar assim como a Simone fez?

BÁRBARA ELLEN: você não é mais criança e, assim como você conseguiu sobreviver, você vai conseguir sobreviver novamente.

[Bárbara sai e deixa Amora aos prantos]

Mas não foi só Amora que Bárbara abandonou em ruínas. No capítulo de 15 de outubro, Bárbara vai choramingar para Natan que perdeu tudo, dinheiro, fama, amor dos filhos, admiração dos fãs e que só lhe restou o amor deles e o filme. Natan diz que então não lhe restou nada, pois não vai mais ter filme. Bárbara insiste para que Natan não abandone a carreira e sugere que ele convoque uma coletiva de imprensa para dizer que estava louco quando plagiou a campanha da Crash Mídia e desistiu de tudo. Mas Natan se nega, ele diz estar aliviado por ter se livrado dessa vida e pergunta se Bárbara quer começar uma nova vida com ele. A cena muda de quadro e Bárbara foge rapidamente.

Sem dinheiro e fama, Bárbara tenta se apegar a sua filha preterida, Malu, e se coloca contra Amora na cena de 16 de outubro.

BÁRBARA ELLEN: então, Malu, como é que você dormiu? Hm, parece que bem acompanhada, pelo visto.

MALU: onde você tá querendo chegar?

BÁRBARA ELLEN: eu sei que o Bento passou a noite aqui com você, pois saiba que eu faço muito gosto dessa relação, afinal de contas, vocês iniciaram um romance tão lindo, deviam retomar essa história. [Malu e Bento haviam decidido só pela amizade mesmo]

MALU: gente, você me dando força pra ficar com Bento. Cê não ficava do lado da Amora sempre?

BÁRBARA ELLEN: mas é que eu não sabia o monstro que ela era. Eu também fui enganada e manipulada por aquela sonsa. Pior, ela me enredou de tal maneira que acabou me afastando de você. Ah, Malu, pelo menos a gente vai ter tempo pra retomar nossa relação. Eu vou ser a mãe que você sempre quis e você vai ser a minha querida...

MALU: não, não vou não, porque eu não sou idiota pra cair nesse seu papinho, nessa coisa óbvia que você faz. Agora que a Amora afundou, você tá querendo me bajular pra conseguir alguma salvação, não é? Pois se você ficasse do lado da Amora nesse momento, eu teria alguma consideração por você, mas você é muito cara de pau, porque era isso que você deveria fazer.

BÁRBARA ELLEN: Malu, o que que isso? Você sempre reclamou que eu era uma mãe ausente, fria e agora que eu tento me aproximar de você, te dar o meu apoio, todo meu amor de mãe. É dessa maneira que você reage?

MALU: quem você pensa que engana?

LUZ: amor de mãe, taí uma coisa que ninguém nessa sala nunca recebeu.

BÁRBARA ELLEN: acho que não mesmo. [Bárbara fala olhando fixamente para Madá e se retira da mesa]

EMÍLIA: a Bárbara teve coragem de dar as costas para a Amora numa hora dessas?

MADÁ: Emília, ela sempre foi assim, desde criança que essa garota não tem sentimento por ninguém. Você acha que a culpa foi minha?

EMÍLIA: você fez o que pôde, cada um escolhe seu rumo.

Bárbara não se importa em mudar de lado, contanto que salve sua própria pele. Madá reconhece a forma interesseira com que sua filha lida com os outros e se culpa. Madá chega a revelar para Bento, na cena de 16 de setembro, que seu pior erro foi ter feito todas as vontades de Bárbara, o que a deixou sem limites. Nos capítulos finais da trama, ela volta a morar no bairro da Casa Verde e toma Vitinho Barata de Tina, logo, os dois são convidados para o *reality show* “A que ponto chegamos” e bolam estratégias para convencer o público de seus personagens na casa. Na última cena, já dentro do confinamento, aparece Bárbara tentando seduzir outro participante, enquanto reclamam que ela não contribui com as tarefas da casa “mas claro, eu sou uma diva”, ela diz. Tina e Vitinho se estapeiam para contar histórias tristes para câmera, Bárbara empurra os dois e fala triunfante: “Brasil, eu já ganhei!” e manda um beijo sedutor.

A construção de Bárbara Ellen na trama, assim como a de Amora, faz uso de um perfil sobrevivencialista e autocentrado, voltado para o eu ideal. Entretanto, com a diferença que Amora se redime no final da novela, Bárbara não (de acordo com os padrões estilísticos do final feliz). Ainda em comparação com Amora, não identificamos na representação da personagem nenhuma referência específica a uma suposta situação traumática que tencionasse a regressão narcísica, somente aquelas circunstâncias violentas presentes na sociedade contemporânea, especialmente as aviltadas pelas questões de consumo. Madá diz que Bárbara não gosta de ninguém, a não ser dela mesma e lamenta por ter dado demais a filha, o que, segundo ela, acarretou em falta de limites nas suas atitudes e no descompromisso com as pessoas.

Bárbara se considera uma figura majestosa, que merece ser servida e adorada pelos seus “súditos”. Em partes, a sua popularidade midiática parece insuflar seu engrandecimento egóico. Pois, segundo Lasch (1990), a divulgação proporcionada pela mídia é responsável por fornecer sustentação e acentuar os sonhos narcisistas de reconhecimento e admiração, é também apontada por motivar o sujeito a procurar identificação com os astros e abominar o anonimato, tornando ainda mais complicada a aceitação banal da existência. Bárbara faz de tudo para aparecer, até mesmo sem critério, o importante é a notoriedade causada. Para tanto,

ela não se importa em usar perversamente seus filhos ou quem quer que seja, contanto que sirva para projetar sua imagem nos meios de comunicação.

No começo de sua vida, ela morou no bairro da Casa Verde, que tanto despreza e debocha ao longo da trama. Mas seu senso de oportunismo, misturado à facilidade em manipular os outros, contribuiu para que ela alcançasse uma posição social confortável, conforme associações vantajosas. Bárbara encara as relações pelos benefícios que pode galgar e só permanece na relação enquanto lhe parece proveitosa. Ela tem horror à pobreza material e estende esse horror ao seu passado, onde não tinha muitos recursos para extravagâncias consumistas. Encaramos os interesses particularistas da atriz, de acordo com os padrões normatizantes da sociedade de consumo, em que a promessa de realização presente no ato de consumir propicia o hedonismo narcisista, gerando, segundo Severiano (2001), a substituição de ideais coletivos, formados na relação com a alteridade, por ideais privatistas de consumo.

Nesse sentido, na conformação de Bárbara, o consumo atua na obstrução de vínculos afetivos. Some-se a isso a competição instituída pela diferenciação social e a luta por espaço midiático, que colaboram ainda mais com a visão do “outro” como um rival ou inimigo. Todas as pessoas que se apresentam contrárias às atitudes de Bárbara são consideradas como invejosas ou ressentidas. Ela também não sabe lidar com as diferenças e, assim como Amora, tenta sufoca-las para reinar soberana. Embora desinvestida de afeto e sentimento, a relação com a alteridade, aparece na construção de Bárbara para elevar sua autoestima e dar substância aos seus devaneios megalomaniacos. Para Lasch (1983, 1990), trata-se da necessidade do sujeito em ver o seu “eu grandioso” refletido na atenção das outras pessoas. Fabinho, por exemplo, conseguiu rapidamente a confiança de Bárbara só pelos elogios destinados a ela.

O valor da exterioridade também está presente na manutenção da imagem, que se ampara nos parâmetros determinados pela sociedade de consumo e pela moral do espetáculo, vide as referências utilizadas por Bárbara, que constantemente se compara a grandes estrelas do cinema e celebridades mundiais. Nascimento (2011) pontua que o Narciso contemporâneo investe libidinalmente na imagem formada com base nos modelos provenientes da indústria cultural, principalmente nos modelos considerados eficientes.

Desta forma, de acordo com Lipovetsky (2006), na hipermodernidade, o corpo começa a ser encarado como objeto de culto, numa espécie de hiperinvestimento narcísico, relacionado ao poder de sedução que congrega. Assim, os rituais que zelam por sua jovialidade e robustez são buscados para aplacar a ferocidade do tempo. Permanecer jovem

significa permanecer sempre útil e sedutor. Bárbara procura manter uma aparência sempre jovial, por essa razão, além dos tratamentos estéticos, ela busca se associar a figuras jovens. Principalmente pelo caráter de atualização constante que envolve o mercado midiático, em que Bárbara foi praticamente banida

Tal qual a criança, portadora de todo poder e perfeição, que vive um confronto ao ter que renunciar ao prazer vivido inicialmente, Bárbara também se esforça para não voltar à vida de Conceição. Isso no sentido de abdicar das regalias que fama e dinheiro adicionaram a sua trajetória, por essa razão, ela manipula, mente e corrompe, com o intuito de permanecer gozando daquilo que considera como fonte de satisfação. A construção da personagem se desenrola nas preocupações autocentradas, nas relações desapegadas e nos pensamentos onipotentes de que tudo pode conquistar – tudo isso envolto de situações cômicas.

Os traços do narcisismo na edificação de Bárbara aparecem de maneira caricata, onde o exagero e a dramaticidade tomam frente. Na sua forma de lidar com os outros, ela sempre se coloca em posição de superioridade, além de convocar todas as atenções para si, com histórias que aclamam seus feitos magníficos. Bárbara se considera uma mulher irresistível e que tem plenos poderes sobre os homens, aliás, ela se coloca como uma figura onipotente, que tudo pode ou manipula, pois é “Bárbara Ellen”. A atriz fala dramatizando exageradamente e age como se a todo o momento estivesse em cima de um palco representando para uma plateia. O modo de andar e de se colocar nos diálogos, também deixa indícios do seu pretenso protagonismo. Malu chega a chamar a mãe de narcisista patológica, mas isso em menção aos vários quadros fotográficos (em tamanho gigante) que ela mantém na sala com seu rosto estampado.

4.2.3 Fabinho Queiroz, rebelde e sem limites

Fabinho é o filho biológico do cineasta Plínio Campana e da atriz Irene Fiori, mas logo que nasceu, foi dado pela mãe à Odila, que o levou para o abrigo de Gilson e Salma. Irene abandonou o filho recém-nascido porque, desde que viu o seu noivo beijando Bárbara Ellen, entrou em intensa depressão, o que culminou na sua internação em uma clínica psiquiátrica. Mesmo a distância e sem nunca ter sido identificada, Irene acompanhou os passos do filho no abrigo, até o dia que ele foi adotado por uma família do interior. Fabinho foi adotado por Margot e seu marido, porém, logo seu pai adotivo morreu, ficando apenas ele e Margot. Par suprir a falta do pai, mãe adotiva fazia todas as vontades do filho.

Já adulto, Fabinho não dura em nenhum emprego, pois tem dificuldades em lidar com ordens. Na primeira cena da novela, ele trabalha manobrando um trator para demolição, uma construção análoga à sua personalidade destrutiva e raivosa. A câmera enfoca os olhares de descontentamento de Fabinho, intercalados com a determinação em derrubar paredes e muros. No entanto, seu chefe reclama da lentidão e diz para ele acelerar o trabalho: “agiliza, garoto, aqui não tem moleza não! Anda logo com isso, vai!”. Fabinho começa a direcionar a máquina rumo ao carro do chefe e começa a destruí-lo com a garra do trator. Fabinho aparenta satisfação a cada golpe investido contra o veículo. Quando chega em casa, a mãe questiona sua demissão e ele se irrita:

MARGOT: demitido de novo, Fabinho?

FABINHO: você queria o quê? Que eu abaixasse a cabeça pra aquele sacana?

MARGOT: como é que a gente vai pagar o conserto do carro dele?

FABINHO: que pagar conserto, cê tá louca? Me deixa em paz.

MARGOT: ai filho, era um emprego tão bom, pagava direitinho, tudo em dia.

FABINHO: então da próxima vez trabalha lá você...

MARGOT: eu só quero que você tome um rumo, eu quero seu bem.

FABINHO: se quisesse não tinha me adotado...

MARGOT: filho, você sabe que por mim eu teria te dado tudo do melhor, eu não tenho culpa se quando seu pai morreu, a empresa faliu...

FABINHO: aquele imbecil do teu marido não era o meu pai e você não é minha mãe.

[Margot fica aos prantos na sala e Fabinho entra em seu quarto chutando tudo]

FABINHO: tenho nojo dessa casa, tenho nojo dessa vida! [atira um jarro na parede]

Fabinho não aceita a vida com restrições financeiras que o obriga a trabalhar e obedecer resoluções de terceiros. Margot pede para Deus cuidar de Fabinho, pois ela não sabe mais o que fazer com ele. Na mesma noite, Fabinho participa de um racha⁴¹ de motos, as cenas em alta velocidade adicionam rebeldia e inconsequência à sua construção. Quando a polícia começa a segui-lo em uma perseguição, as manobras ficam ainda mais arriscadas, mas ele não demonstra desconforto, como se sentisse a vontade vivendo no limite. Finalmente, a polícia consegue detê-lo e o leva preso pela prática ilegal de corrida. O delegado diz que Margot empenhou suas últimas joias para pagar a fiança e que se Fabinho aprontar mais uma, ele vai tornar sua vida muito amarga. Margot defende o filho e fala que ele está muito arrependido e que dessa vez aprendeu a lição, mas Fabinho permanece com cara de desprezo.

⁴¹ Corrida ilegal de veículos dentro do perímetro urbano.

Saindo da delegacia, ele vê uma revista caída, em que Amora estampa a capa e pensa alto: “Amora amorinha, você que se deu bem, hein, sua malandrinha?”.

Mas Fabinho vê sua chance de mudar de vida, quando desconfia que pode ser filho biológico de Plínio Campana e Irene Fiori. A suspeita ascende porque ele identifica, em uma revista antiga, a atriz usando o mesmo anel com que ele foi deixado no lar. Fabinho fica obsessivo com essa possibilidade de ter um pai rico e sai reunindo pistas, uma vizinha admiradora de novelas, diz que ninguém sabe do paradeiro de Irene que sumiu inexplicavelmente, Plínio se casou com Bárbara Ellen, mas já não estão mais casados. Fabinho então intui que Bárbara foi a responsável pela separação dos seus pais, assim forma um plano em sua cabeça: se aproximar dos seus pais biológicos e vingar os responsáveis por ele ter ido parar em um lar de adoção.

Antes de partir para São Paulo, Fabinho rouba a carteira de uma cliente de sua mãe e, para que o delegado não complique a vida do filho conforme prometido, Margot acaba assumindo a culpa. Na delegacia com a mãe, Fabinho fala que precisa sair em busca de um advogado para lhe defender, mas ele a deixa sozinha e viaja para a capital. Fabinho chega a São Paulo com uma moto roubada e invade o noivado de Amora, Bárbara fica furiosa com a invasão, mas ele diz que é um amigo e infância que acabou de chegar de uma temporada em Londres e veio parabenizar pessoalmente a amiga. Fabinho participa da festa e, com um papo agradável e bajulador, consegue conquistar as atenções de Bárbara Ellen e Maurício. Fabinho mente que é publicitário e Maurício faz um convite para ele tentar um estágio na Class Mídia.

No dia seguinte a festa, Giane conta para o pessoal da vizinhança que Fabinho estava no noivado de Amora. Giane diz que eles não imaginam o playbozinho e cafajeste que Fabinho virou e Silvério diz que ele já infernizava as pessoas desde criança. “Mas agora tá pior, pai, porque ficou riquinho, metido a besta. Tratou lá de se enturmar com aquela galerinha de Bárbara Ellen, amiguinhos da Amora. Ainda teve a cara de pau de tratar mal o Bento e eu, as únicas pessoas que brincavam com ele aqui!”, disse Giane em 07 de maio. Giane diz ainda que Fabinho e Amora são iguais, pois só porque subiram financeiramente na vida, se consideram superiores. Entretanto, Fabinho continua pobre, mas tem como objetivo se igualar a Amora, por quem ele sustenta uma espécie de atração.

Ao notar a aproximação de Bento com Amora, na cena de 08 de maio, Fabinho pede para ele se manter longe da *it-girl*. “Não adianta, Bento, ela não é mais pra o teu bico!”, diz. Fabinho tenta, a qualquer custo, se aproximar de Amora, mas ela tem resistência em aceitá-lo, pois percebe sua postura dissimulada e competitiva. No entanto, ele consegue enganar

facilmente Natan, Bárbara e Maurício, os dois primeiros porque ele joga com suas respectivas vaidades e o terceiro por ingenuidade. Bárbara se afeiçoa tanto ao rapaz, que o leva para o convívio de sua família. Logo nos primeiros contatos, Malu desconfia de Fabinho, mas suas desconfianças tomam corpo quando ele solta que Amora fala muito sobre a irmã: “a Amora fala sempre de você, Malu”, “impossível, ela só fala de quem interessa.” Luz e Kevin gostam da presença de Fabinho, porém Dorothy nota as incoerências em suas falas: “você são dois tontos, quem gosta dos filmes do Plínio e das novelas da mamãe ao mesmo tempo? Esse cara é um especialista em bajular todo mundo e tá conseguindo!”.

Fabinho atua como uma espécie de pombo correio entre Bárbara Ellen e Natan, assim, ele conquista rapidamente a confiança de ambos. Todavia, ele encontra dificuldade para se aproximar e conseguir a atenção de Plínio Campana, seu principal alvo. Mesmo suspeitando da paternidade de Plínio, Fabinho só pretende revelar a suspeita mediante algum tipo de envolvimento, pois acredita que somente desta maneira conseguirá receber partes dos bens sem precisar da herança. Ele começa a aparecer nos lugares em que o cineasta frequenta e os encontros começam a se tornar rotineiros e invasivos, chegando a incomodar Plínio. No capítulo de 11 de maio, Fabinho fala que é um grande admirador do seu trabalho e depois pergunta sobre Bárbara e Irene, mas Plínio se recusa a responder.

O cineasta fica intrigado com as aparições inesperadas de Fabinho e pergunta para Malu o que ela acha dele, ela o define como um cara bobinho que faz de tudo para ficar amigo de gente rica. Santa, funcionária da casa de Maurício e amiga de Margot, descobre que o filho fugido de sua amiga está em São Paulo posando de riquinho, enquanto a mãe adotiva sofre sem informações. Santa diz para Margot que se Fabinho quer encontrar Plínio, não é porque ele é o pai, mas porque ele é rico. Na cena de 20 de maio, Santa encontra Fabinho na saída da Class Mídia e o repreende: “então você deixa sua mãe com a ficha suja na polícia e vem pagar de *playboy* aqui! Te peguei no pulo, hein, moleque?”. Mas Fabinho sequer se abala com o comentário de Santa, ele está mais preocupado com a proximidade de Bento das irmãs “Campanas”.

No capítulo exibido em 24 de maio, Fabinho vai à Acácia Amarela e questiona sobre o envolvimento de Bento com Malu, mas Giane corta as intenções de Fabinho e o provoca:

FABINHO: vem cá, é verdade que ele tá namorando a filha do Plínio Campana?

GIANE: eu sabia, mas é claro, você veio aqui soltar seu veneninho ou fazer intriga, né?

FABINHO: engano seu, eu vim aqui comprar uma flor pra uma menina que eu tô saindo aí... Perguntei por curiosidade. É que eu achei estranho o Bento namorando a irmã da Amora, né?

GIANE: sabe o que é que você tem? Eu vou te dizer o que você tem, o que você tem é “dor de corno” [fala enfaticamente]. É isso que você tem! Sempre teve.

FABINHO: dor de corno do quê? Dessa banquinha de flor que vocês têm? Ou tenho dor de corno da casinha que ele tem nos fundos? Ou tenho dor de corno da amizade que ele tem com os molequinhos de rua que nem você?

GIANE: cara, você sempre teve inveja do Bento. Olha só, eu não sei se você lembra, mas eu vou te lembrar, quando aquela mulher que te adotou foi lá no lar do tio Gilson, não era você que ela queria não, lembra? Era o Bento, mas você fez charminho, se fez de coitadinho, aí ela te levou, né cara?

FABINHO: você tá viajando, tá falando besteira.

GIANE: tô viajando não. Eu lembro muito bem, cara. A tua sorte é que o Bento não queria ser adotado, se não ele que tinha ido lá com a Margot. Agora o que ‘cê’ quer, é a namorada dele, é?

FABINHO: errou feio. Mas você é meu amigo de infância [chama de ‘amigo’ propositalmente], então vou te dar uma dica: o dia que você ficar sabendo porque eu voltei pra São Paulo, você vai cair pra trás, aí você vai saber quem tem que ter inveja de quem, tá bom? Um abraço!

GIANE: ué, tu não ia comprar flor pra tua mina.

FABINHO: ia comprar flor pra minha mina, mas dei uma olha aqui e achei tudo meia boca, mulher minha merece coisa fina, tchau, “Dione”.

Fabinho considera dinheiro como um motivo suficiente para despertar inveja nos demais, até mesmo em Bento, que não liga para bens materiais. A inveja que Fabinho nutre de Bento é recorrente na trama, embora, em muitos casos, ele tente emplacar que se trata exatamente do contrário. Fabinho cobra que Bento se distancie de Amora e Malu, mas Bento não cai em seus joguinhos e os dois acabam brigando fisicamente. Enquanto Amora faz um curativo em Bento, na cena de 25 de maio, os dois conversam sobre a agressividade de Fabinho:

BENTO: o que que esse cara tem comigo? Desde criança que ele cisma comigo, vive me azucrinando, me agredindo, que saco!

AMORA: isso é inveja, Bento!

BENTO: a Giane me falou a mesma coisa, mas juro que não entendo! Por que alguém teria inveja de mim, Amora?

AMORA: você quer confete, né? O Fabinho ele não tem inveja do que você tem, ele sente inveja do que você é. Do que você sempre foi, uma pessoa incrível.

Depois da briga, Fabinho, tomado pelo ódio, entra na estufa de Bento e quebra tudo. Giane ainda consegue ferir o homem “mascarado” com uma pá, mas ele consegue fugir. Não satisfeito, Fabinho ainda tenta queimar o filme de Bento para Plínio, ele vai à casa do cineasta destilar seu veneno sobre o amigo de infância. Na cena de 29 de maio:

FABINHO: Plínio, eu conheço esse marginal desde criança, eu, ele e Amora crescemos juntos no lar do tio Gilson. Acontece que eu tive a sorte de ser adotado por uma família bacana, estudei e hoje sou publicitário. A Amora também seu deu bem.

PLÍNIO: você acha que a Amora se deu bem? [pergunta com desconfiança]

FABINHO: acho, é por isso que o Bento morre de inveja da gente, desde que eu me aproximei da Bárbara, ele começou a cercar a Amora e a Luz, e agora a Malu também tá se deixando envolver por esse dissimulado.

PLÍNIO: escuta aqui, você não acha que tá sendo um tanto paranoico, não?

FABINHO: não, Plínio, o Bento é perigoso! Tanto que ontem ele foi na agência do Natan pra me agredir, ele inventou uma história maluca de que eu quebrei a casa dele, não sei. Plínio, você tem que abrir o olho, as meninas têm precisam ficar longe desse cara.

PLÍNIO: eu agradeço a sua preocupação, agora se era só isso, me dá licença, que eu tenho que terminar o artigo do jornal.

Fabinho tem atitudes tempestuosas, sobretudo quando está movido pela cobiça. Quando vê fotos de Malu e Bento no aniversário de Camilinha Lancaster, no capítulo de 31 de maio, ele grita com o computador: “droga! Eu que tinha que tá nessa festa!”, ele também fica revoltado com a foto de Bárbara Ellen e Natan: “então é assim, na hora de se divertir, o estagiário que uniu o casal, fica aqui. Tudo bem! Não vou sentir a menor culpa na hora detonar vocês. Babacas!”. A própria música tema de Fabinho dá conta da inveja que o domina, o trecho da composição do rapper Emicida diz: “tem gente que não pode ver ninguém feliz/ apronta/ conspira contra/ infeliz/ na vila a gente logo aponta e diz/ esse aí é zoião/ zoião.”.

Na Class Mídia, a postura de Fabinho não é muito diferente. Ele bajula o chefe para conseguir regalias e tratamento prioritário, enquanto despreza e debocha dos outros funcionários. Apesar de ser um profissional criativo, ele sente inveja do sucesso de Érico, sempre elogiado pelos clientes. Na cena exibida em 03 de junho, Fabinho escuta escondido uma conversa entre Érico e Sílvia e depois faz uma fofoca distorcida para Natan, o que culmina em demissão. “Natan, eu nunca falei, mas a verdade é que Érico não presta, nunca prestou, eu cresci no lar dos pais dele, você sabe. (...) Natan, eu só tô falando porque eu acho uma sacanagem uma pessoa querer prejudicar logo quem ajudou a vida inteira.”. Depois da delação forjada, Fabinho recebe uma promoção.

Quando Irene desconfia que pode ser a mãe de Fabinho, ele fica bastante emocionada, mas receosa em contar por medo de rejeição, então segue observando as atitudes do suposto filho. Na cena de 21 de junho, ela vai a Class Mídia falar com Fabinho e o vê dando ordens autoritárias aos funcionários, depois escuta uma conversa dele com Mel:

FABINHO: vem cá, você não quer pegar um jatinho pra conhecer minha família?

MEL: nossa, mas já? Rapidinho você, hein.

FABINHO: não sou só bonito não, eu sei o que eu quero também.

MEL: vem cá, me fala, a sua família é grande, como é que é?

FABINHO: é pai, mãe, três irmãos e um chato adotado. Mamãe foi fazer caridade e adotar esse moleque, mas ele dá problema o tempo inteiro. Mas meu pai você vai gostar, ele é simples, nem parece que é dono da metade da cidade.

MEL: sabe o que eu não entendo, como um cara tão rico como você tá fazendo aqui, aguentando desaforo dessa gatinha.

FABINHO: tenho que conhecer esse povinho que eu vou mandar, quando herdar o dinheiro. Você também é rica, por que tá aqui?

Irene fica bastante decepcionada ao presenciar a arrogância e dissimulação de Fabinho, mas vai ao encontro dele para conversar. Em um restaurante, na cena de 24 de junho, ela fala sobre o porquê de ter abandonado Fabinho e mostra um medalhão com uma foto dele, Irene diz que nunca dormiu sem antes rezar segurando essa foto. Fabinho mostra o anel e Irene fica bastante emocionada e ele conta como o anel serviu para que ele descobrisse parte do seu passado. Irene fala sobre seus sentimentos e chora, mas Fabinho só quer saber de ir à casa de Plínio para revelar toda a história. Irene hesita, pois ela ainda sofre por ter visto Plínio aos beijos com Bárbara. Fabinho insiste e complementa que tudo não deve ter passado de uma armação da atriz, porque ele viu do que ela é capaz para separar casais, como no exemplo de Natan e Verônica.

IRENE: eu sei que você quer ver tudo resolvido, tudo esclarecido. Mas eu não tô preparada ainda pra enfrentar seu pai e a Bárbara. Sua mãe não é uma pessoa emocionalmente muito forte.

FABINHO: você não tá sozinha. Eu tô com você, mãe. A gente tem que acabar com a vida dessa cachorra!

IRENE: que isso, meu filho? Isso é jeito de falar?

FABINHO: mãe, cachorra é pouco pra ela. A gente tem que pegar o que é nosso por direito.

IRENE: como assim o que é 'nosso por direito'?

FABINHO: é a nossa vida que ela roubou. Se você ficou doente, é culpa dela. Se eu cresci sem pai, é culpa dela também. A gente tem que fazer essa safada pagar por isso, meu pai tem que saber disso tudo.

IRENE: você não precisa de mim pra isso, qualquer teste de DNA vai dizer que Plínio é seu pai. Por que você ainda não falou a verdade pra o seu pai?

Fabinho quer levar Irene até Plínio numa tentativa de esclarecer as coisas e tentar conquistar seu afeto, por isso ele não pode simplesmente exigir o reconhecimento da paternidade, pois não lhe renderia retorno financeiro imediato. Mas diante da negativa da

mãe, Fabinho liga para repórteres dando conta de seu paradeiro e ela começa a ser perseguida para dar entrevistas, abalada, ela decide fugir. Mas na cena de 27 de junho, Plínio vai atrás de Fabinho para entender o porquê dele viver rondando sua família e ele confessa que é porque ele e Irene são seus pais biológicos. Fabinho repete a mesma história do anel e depois fala da armação de Bárbara e da nova fuga de Irene, Plínio fica um pouco desconfiado. Então, Fabinho e Malu bolam um plano para tentar arrancar a confissão de Bárbara Ellen. Fabinho facilmente consegue extrair da atriz a forma com que ela armou para separar o casal.

Em posse do vídeo confessional de Bárbara, Fabinho faz chantagem para Amora casar com ele, do contrário, ele espalha o vídeo na internet e mancha sua imagem na mídia. Na cena de 1º de julho, ele invade a gravação do Luxury para fazer sua proposta:

FABINHO: pra você ver, Amora, essa vida é muito louca. Eu sou filho do Plínio e você, minha amiguinha de orfanato, foi adotada pela mulher que separou meu pai da minha mãe. Ou seja, basicamente, esses anos todos você usufruiu o que é meu pro direito.

AMORA: você tá inventando isso.

FABINHO: é a mais pura verdade, agora nós dois temos *pedigree*. E é por ser oficialmente um dos melhores partidos da cidade, que eu vim te pedir em casamento.

AMORA: o quê? [faz cara de horror]

FABINHO: Amora, casa comigo? Você vai me fazer o homem mais feliz do mundo.

AMORA: você só pode tá louco.

FABINHO: tô sendo bem prático, na verdade. Aliás, que nem esse telefone que eu acabei de comprar, sabe que ele tem uma função de mostrar a verdade. Olha que legal! [mostra o vídeo de Bárbara] Amora, se eu botar esse vídeo na internet e disser que você é cúmplice da sua mãe, vocês tão ferradas. A não ser que você anuncie que vai se casar comigo.

(...)

AMORA: aliás, o que que o Plínio Campana vai achar quando descobrir que você tá usando esse vídeo pra me chantagear?

FABINHO: o Plínio não vai achar nada...

AMORA: entendi, você tá bancando o bonzinho pra conquistar o papaizinho, é? Que fofo!

FABINHO: bonzinho ou malzinho, eu sou filho dele. Amora, você gosta de dinheiro, né? Gosta de conforto? Eu também. Você nunca vai encontrar um parceiro melhor do que eu.

(...)

AMORA: você é muito primário, acha que com essa chantagenzinha barata e me ameaçando eu vou dizer o quê? Claro, vamos nos casar. Cresce! Você não sabe jogar, você é micho.

FABINHO: casa comigo, você é igual a mim, você sabe.

AMORA: tá dizendo que eu sou da sua laia?

FABINHO: não, você é muito pior...

[Amora dá um tapa na cara de Fabinho e os seguranças entram para levar ele embora e ele começa a gritar]

AMORA: sai daqui! Eu tenho nojo de você! Nojo!

FABINHO: eu quero ver sua cara coberta de estrume do lado daquele jardineiro! Você vai se arrepender de não ter casado comigo! O Bento vai te dar uma vida de bosta! Licença, me solta!

Fabinho não aguenta ser contrariado e sai dizendo que Amora vai pagar pela humilhação. Mas Amora vai à casa de Plínio desmascarar Fabinho e ele se faz de vítima, diz que Amora está querendo jogar um contra o outro e, quando se vê sem saída, diz que vai embora, com a justificativa de que precisa visitar sua mãe adotiva que está doente. Amora leva Plínio à Casa Verde para que ele escute o que Gilson e Salma têm a dizer sobre Fabinho, mas é Érico quem acaba falando sobre as atitudes do rapaz, que foi responsável direto por sua demissão da Class Mídia. Érico diz que Fabinho é agressivo e oportunista.

Fabinho espalha o vídeo na internet e quando questionado se teria feito isso, ele mente que sequer estava em São Paulo, mente que foi para o interior cuidar da mãe doente e que estava sem acesso a nenhuma tecnologia. Entretanto, nesse mesmo dia, ele vai ao shopping esbanjar, pois já se sente herdeiro da fortuna de Plínio Campana. Na cena de 20 de julho, ele entra em uma joalheira e pede para ver os relógios mais sofisticados:

FABINHO: tô achando tudo muito fuleiro, cara, tava querendo alguma coisa mais vistosa, sabe? 'Cê não tem nada não?

VENDEDOR: é claro, esse modelo aqui é de uma série limitada, mas aí já é outra faixa de preço.

FABINHO: tem problema não, querido, deixa eu ver! Esse aqui já é mais legal, né? Esse aqui é top de linha, não tem nada mais caro do que esse não, né?

Fabinho tem a necessidade de se sentir exclusivo pelo que pode consumir, por isso pede logo os relógios mais caros da loja. A paternidade de Plínio se coloca na sua vida como a oportunidade perfeita para usufruir da ilusória sensação de poder que o consumo pode acrescentar à vida dos sujeitos. Irene compreende o interesse financeiro de Fabinho e desabafa para Malu sobre a tristeza do filho não ter sentimentos por ela:

IRENE: eu contei pra ele sobre a minha depressão, a minha internação, sobre tudo que eu sofri e ele não sentiu nada. Ele não se emocionou, ele não me acusou, ele não me cobrou nada. Ele só retribuiu dando meu endereço pra Sueli Pedrosa. Ele só tinha um objetivo, entende? Meu filho não sente nada por mim, nem amor, nem ressentimento, nem ódio, nada. A única coisa que parece importar pra ele é o dinheiro do pai.

Fabinho chega ao lugar onde está hospedado e ordena que fechem sua conta: “última noite que passo nesse pulgueiro nojento.” Plínio, que segue Fabinho desde o shopping, vê quando ele entra no prédio portando várias sacolas de grifes famosas. Plínio bate na porta do quarto de Fabinho e ele o recebe surpreso, “então era aqui que você tava hospedado e, pelo visto, muito bem informado!”, aponta para um computador aberto na página de um site de fofocas. Fabinho se defende dizendo que estava realmente viajando, mas Plínio rebate que falou com o gerente do hotel e ele confirmou que ele está hospedado lá há semanas. Fabinho diz que está indo e vindo o tempo todo, dividido entre as visitas à mãe biológica e a procura de Irene. “E por que não contou pra ela [Irene]? Ou será que você preferiu se esconder pra difamar as pessoas mais a vontade?”.

Além de postar o vídeo de Bárbara Ellen, Fabinho também enviou fotos comprometedoras de Amora e Bento para a imprensa, tudo isso como parte do seu plano para destruir a *it-girl*. A fim de esclarecer toda essa história, Plínio marca um jantar na sua casa. O jantar na casa de Plínio é exibido no dia 23 de julho, oportunidade em que Fabinho começa a ser desmascarado:

PLÍNIO: por que você disse que tinha ido para o interior cuidar da sua mãe adotiva que estava doente, se ela goza de boa saúde? Quando é que você vai parar de mentir, garoto?

MAURÍCIO: e ele também disse que a família adotiva nadava em dinheiro, só que a dona Margot perdeu o marido e a fortuna há muito tempo.

IRENE: o que que a senhora faz pra se manter, dona Margot?

MARGOT: eu faço bolos e docinhos pra festa. Filho, eu juro, eu não queria ter te colocado nessa situação, eu sei que no fundo você é um bom menino, e é mesmo. Ele ficou assim depois que o meu marido morreu...

AMORA: ele ficou assim porque a senhora ficou pobre.

MARGOT: e quem gosta de ficar pobre? Depois de um trauma desses, é natural que ele tivesse ficado um pouco revoltado.

MAURÍCIO: natural, dona Margot, seria ele ter mostrado gratidão por tudo que recebeu de vocês. E não ter deixado a senhora trabalhar que nem uma louca pra sobreviver.

FABINHO: e quem é você pra me julgar? Você sabe o que eu passei? Você cala a tua boca, mauricinho.

MAURÍCIO: foi por isso que você deixou a sua mãe pagar por um crime que foi você que cometeu? Ô, bandido! E não trate de negar, porque esse processo é público, tá na internet.

[Fabinho se faz de vítima e joga tudo para cima de Margot]

FABINHO: do que vocês vão me acusar mais? Já me chamaram de psicopata, de bandido, que mais ‘cês’ querem? Vão falar também que eu vim atrás do dinheiro do meu pai?

AMORA: mas é muito cara de pau, quando você me pediu em casamento, você disse que ia montar na grana, que ia ficar rico. Esse cara que diz ser o seu filho, Plínio, ele já veio pra São Paulo pensando no seu dinheiro.

FABINHO: mentira, pai, a Amora tá querendo me derrubar.

IRENE: meu filho, todas essas acusações são horríveis, mas o pior de tudo é essa história do crime, o processo da dona Margot...

FABINHO: vocês querem saber a verdade? Essa pobre senhora que tá aqui, ela roubou uma cliente e pra se safar colocou a culpa em mim.

MARGOT: mas Fabinho...

FABINHO: não vai se fazer de coitada aqui não, já não basta tudo que eu sofri com você: pobreza, humilhação. Vocês ficam me julgando, mas vocês não sabem quem é essa mulher. Essa mulher é um demônio, ela tanto fez que conseguiu me transformar nessa pessoa, que só consegue sobreviver à base da mentira, da dissimulação. Não é isso que vocês tão me acusando, de mentiroso, pois é. Não me olha com essa cara não, Malu, porque eu não tive paizinho rico pra me bancar! A minha mãe de verdade foi embora, a minha mãe adotiva quer me ferrar o tempo inteiro, na hora de pagar por um crime que ela cometeu, ela joga pra cima de mim! Vão pra o inferno vocês! Eu tenho ódio de vocês!

Depois de todas as acusações, Fabinho coloca a culpa na mãe que sempre lhe protegeu. Ele sai furioso e pilota sua moto com olhar de ira, as cenas em alta velocidade são acompanhadas pelo barulho do cano de descarga da motocicleta, o que adiciona mais dramaticidade ao momento de cólera de Fabinho. Entretanto, ele fura uma blitz e os policiais começam a lhe perseguir freneticamente, mais uma vez, Fabinho é pego pela polícia. Mas dessa vez ele recorre ao poder econômico do pai. “O senhor está preso, além de trafegar em alta velocidade, essa moto é roubada.”, “calma aí, amigo, vamos conversar, meu pai é rico.”. Para Fabinho, o dinheiro tudo compra, por isso a sensação de onipotência referente à sua posse.

Diante de todas as atitudes dissimuladas de Fabinho a fim de receber parte da fortuna com o pai ainda vivo, Plínio decide simplificar as coisas e avisa ao “filho” que, depois do teste de paternidade, vai adiantar sua herança, contanto, que ele deixe as pessoas em paz. Fabinho finge estar ofendido e insiste na história de que não quer dinheiro, e sim uma família e afeto. Mas Plínio diz que se ele estava interessado em uma família, devia ter contado logo a verdade, não insistido em um assédio insidioso, Fabinho responde que só fez isso porque queria que Plínio gostasse dele sem saber quem ele era. “Eu queria que você me amasse (...) mas se você me odeia tanto, vou embora e fique sabendo que vou querer tudo que é meu por direito, até o último centavo. Mas não pense que esse dinheiro vai compensar tudo que eu sofri e tudo que eu tô sofrendo.”. Plínio oferece um *flat* para Fabinho ficar e ele diz que sabe se virar sozinho e sai chorando a dor da rejeição. Todavia, quando bate a porta, ele enxuga as lágrimas falsas e conclui satisfeito: “eu vou ficar rico e ainda vou me livrar desses otários, e esse idiota ainda pensa que tá me castigando!”.

Confiando na fortuna que vai receber de Plínio e sem precisar mais usar o artifício da dissimulação, Fabinho resolve provocar e, na cena exibida em 25 de julho, diz que vai morar na casa do seu “papaizinho” até sair o resultado do exame de DNA. Plínio pergunta pelo texto melodramático e pelas lágrimas de crocodilo e ele diz, ironicamente, que com tanta rejeição, as lágrimas secaram. Fabinho deixa grande volume de compras no apartamento de Plínio, destrata Aninha e sai para encontrar Mel no shopping:

MEL: e aí, Fáb? Já chegou no shopping? Em que loja você tá? Ah, que top! Peraí, tô indo aí te encontrar, sai daí não.

FABINHO: tá bom, coisa linda, tô te esperando.

VENDEDOR: senhor, me desculpa, mas o cartão foi recusado.

FABINHO: não, não foi não, amigo, pode tentar de novo. Aconteceu algum engano.

VENDEDOR: mas eu já tentei três vezes, parece que seu crédito estourou.

FABINHO: isso é um absurdo, rapaz. Sou Fábio Campana, filho de pai rico, pode tentar, querido.

VENDEDOR: o valor é bastante alto, o senhor não quer dividir com outro cartão?

FABINHO: que dividir com outro cartão, cê tá maluco? Que absurdo isso, quero que essa loja se exploda! Não volto mais aqui!

MEL: o que foi, meu amor? Aconteceu alguma coisa?

FABINHO: nada, atendimento aqui é uma droga. Vamos embora.

Mais uma vez, Fabinho usa do dinheiro do pai para tentar impor respeito. Na continuação do mesmo capítulo, exibido em 26 de julho, Fabinho e Mel fazem planos para a vida abastada que terão:

FABINHO: eu vou fazer exame de DNA e ele vai depositar a minha grana.

MEL: e se der negativo? Cê tem certeza que é filho do cara?

FABINHO: absoluta, tanto que eu tô pensando em mudar meu nome pra Plínio Campana Júnior.

MEL: uau, já pensou? Ai eu mudava o meu pra Mel Campana e ficava igual a Amora, imagina, ai que tudo!

FABINHO: boto a mão na minha grana, você bota a mão na sua e aí vai ser vidão. Iate, Ibiza, Aspen, hotel seis estrelas, caviar em colher de sopa. Que que ‘cê’ acha?

Plínio fala para Irene que não suporta mais conviver com Fabinho, que não vê a hora dele receber o dinheiro e sair de sua casa. Plínio ressalta duas fortes características na construção de Fabinho: a falta de respeito pelos outros e a ganância por poder aquisitivo. Na cena de 31 de julho, ele relata sua chateação para a Irene:

PLÍNIO: eu não sei pra quem ele puxou, se espalhou todo pela casa, destrata o tempo todo a Aninha. Ele não respeita nada, nem meu espaço de trabalho.

IRENE: você já tentou impor regras, limites?

PLÍNIO: só tá faltando eu dar uma surra nele, ele mobiliza o que eu tenho de pior. E anda gastando tudo, todo dia chega aqui com compras, até o final do ano, ele já torrou a grana toda.

Mas Amora bola um plano para que o exame de DNA de Fabinho dê negativo, com o intuito de que Bento seja apontado como verdadeiro filho de Plínio. Entretanto, antes do plano da *it-girl* se concretizar, Fabinho segue querendo comprar a todos com o dinheiro do adiantamento da herança. Na cena de 03 de agosto, Fabinho lança uma proposta para comprar a Acácia Amarela:

BENTO: o que você tá fazendo aqui, Fabinho?

FABINHO: vim dividir minha alegria com meus amigos de infância. Amanhã eu vou herdar minha parte na fortuna dos Campana.

GIANE: nossa, que ma-ra-vi-lha! Pô, parabéns, cara! Agora vaza.

FABINHO: vim comprar a Acácia Amarela, a loja, a cooperativa, a plantação, tudo mais. Pode fazer o preço que eu pago. Bora, pago o triplo, o dobro.

BENTO: por que você faria um negócio tão desvantajoso?

FABINHO: pra ajudar um camarada, um amigo, um irmão que cresceu comigo.

BENTO: já sei, você veio aqui pra esnober e a gente tá na pior, a gente tá mal pra caramba, a gente não vai nem dormir essa noite, né, Giane?

GIANE: nossa, tô mordendo o cotovelo de tanta inveja.

FABINHO: vocês não tão entendendo, dois idiotas. Eu QUERO comprar essa loja, pode botar o preço!

BENTO: Fabinho, você não tem noção de nada mesmo, né? Me explica como você pode comprar uma cooperativa?

FABINHO: com dinheiro, já ouviu falar em dinheiro? Você não tem dinheiro, você não tem dinheiro!

BENTO: melhor você ir embora enquanto a gente tá com inveja, porque tá começando a dar pena.

FABINHO: ainda bem que você abriu meus olhos, ia gastar meu dinheiro nessa loja podre! Que bando de flor murcha [começa a derrubar arranjos] flor murcha, flor murcha...

GIANE: cê tá louco, cara? [vai pra cima dele]

FABINHO: eu vou comprar isso aqui, vou comprar.

BENTO: vai comprar nada...

FABINHO: vou sim, porque dinheiro compra tudo, meu querido! Tudo!

Fabinho também visita à Class Mídia com o objetivo de sacanear seus antigos colegas de trabalho. Ele diz que vai ficar milionário e que se alguém quiser trabalhar para ele, é só deixar o currículo, todos o ignoram e ele começa a distribuir funções, que vão desde lavar e secar suas cuecas até massagear os seus pés. Natan havia oferecido uma espécie de sociedade

a Fabinho, mas ele não só não aceita, como humilha o ex-patrão. Não satisfeito em ter tentado comprar a Acácia Amarela e ter recebido um fora de Bento e Giane, na manhã seguinte, Fabinho vai à Casa Verde e diz aos moradores que pretende comprar toda a rua:

FABINHO: todo mundo acorda pra colher florzinha, que legal!
 GIANE: o que você tá fazendo aqui? Quer apanhar de novo?
 FABINHO: não 'Gianderson Silva', vim fazer uma proposta que é pra todos aqui. Tô querendo comprar a rua! Como é que faz? Pode falar o preço que eu pago! Pode falar, vai lá.
 TIO LILI: como é que é?
 FABINHO: é isso mesmo, tio bibão, quanto é que vale? Esse negócio de pracinha, casinha, florzinha, acabou. O negócio é condomínio de luxo, prédio, sauna.
 GILSON: vai pra sua casa e deixa a gente trabalhar, aqui ninguém vai vender nada não.
 FABINHO: aí que você se engana, tio Gilson, seus vizinhos de trás já fecharam negócio comigo, então, imagina, vai ficar tudo em obra, todo mundo ilhado. É o seguinte, promoção relâmpago. Fechou negócio comigo, ganha convite pra minha festa, e aí?
 BENTO: qual o teu problema, Fabinho? Tu não vai ganhar tua herança hoje? Então pega essa grana e deixa a gente em paz, cara.
 FABINHO: mas é isso que eu tô fazendo, ajudando meus pais de criação, os amigos, as pessoas que me viram crescer.
 ODILA: maldita hora que eu trouxe você pra cá, sabia? É isso mesmo que você ouviu, moleque. Eu tirei você dos braços da tua mãe e te trouxe pra casa do Gilson.
 FABINHO: você sabia quem era minha mãe esse tempo inteiro e não me contou nada?
 ODILA: é, e que pena que você tenha ficado sabendo, porque a Irene não merecia um filho tão ruim!
 [Fabinho tenta esganar Odila e os vizinhos separam]
 FABINHO: eu vou comprar isso tudo aqui! Vai todo mundo pra debaixo da ponte!

Tio Lili e os vizinhos não entendem o ódio de Fabinho e tanta vontade de destruição, uma vez que ele devia estar feliz por finalmente conseguir o que tanto almejou: dinheiro. No entanto, a relação de Fabinho com dinheiro é construída de maneira perversa, a sua posse significa o poder de subjugar, humilhar e oprimir.

Fabinho e Mel marcaram uma grande festa para comemorar o resultado do exame de DNA e sua entrada na *high society*, ele orientou que a namorada fizesse uma comemoração em grande estilo, sem miséria, com tudo do bom e do melhor e pediu que ela convidasse pessoas ricas e influentes, do tipo que aparecem em coluna social. Já na clínica, na cena e 06 de agosto, Fabinho se demonstra impaciente para receber o resultado e ir se arrumar para sua grandiosa festa:

FABINHO: essa central vai mandar o resultado como, de caravela? Daqui a pouco tenho que ir embora, tenho que me produzir pra minha festa.

PLÍNIO: interessante você dar uma festa pra comemorar que é nosso filho e não ter a consideração de convidar os seus pais.

FABINHO: vocês iam, né? Até parece, estão loucos pra me ver pelas costas e iam pra minha festa?

IRENE: que é isso, Fabinho? Não fala assim, você é meu filho, eu te amo.

FABINHO: me ama e me entrega pra primeira favelada que vê, né? Já tô sabendo que me entregou pra Odila.

IRENE: a Odila é uma ótima pessoa, foi ela que me internou no HC, depois que eu tive um surto...

FABINHO: ah, não, pelo amor de Deus, mais uma vez essa história de que você foi internada? Milésima vez, por favor, vamos melhorar esse astral aqui, né, mãe?

PLÍNIO: você não tem educação, você não tem empatia, você não tem respeito e não tem afeto por ninguém.

FABINHO: a culpa é de quem? De um otário e uma fraca que caíram no golpe da canastrona da Bárbara e quem pagou o pato nisso tudo fui eu. Mas tudo bem, a justiça vai ser feita agora.

No entanto, o resultado dá negativo, Fabinho diz que deve ter havido algum engano, mas a enfermeira diz que essa possibilidade é praticamente nula. Ele pede para refazer o exame e Socorro interfere dizendo que ele acompanhou todas as etapas e sabe que não houve nada de errado. Fabinho esbraveja que é filho dos dois e Plínio responde aliviado: “não é não, sempre soube!”, Fabinho fica transtornado e exige seu dinheiro:

FABINHO: o que ‘cê’ tá pensando, que vai me abandonar assim? Eu tenho direito ao meu dinheiro, aquela parte é minha.

PLÍNIO: você não tem direito a coisa nenhuma, você não é nada meu!

IRENE: Plínio, pelo amor de Deus...

FABINHO: mãe, por favor, fala pra ele que eu sou seu filho, você sabe muito bem que esse exame é falso. Por favor!

IRENE: Fabinho, isso não tem importância, eu nunca vou te desamparar.

FABINHO: que desamparar? Que desamparar o quê? Não quero amparo, eu quero dinheiro! Dinheiro! Com exame ou sem exame, esse dinheiro é meu! Eu vou ter esse dinheiro nem que eu tenha que esperar tua morte! [Plínio soca a cara de Fabinho]

PLÍNIO: some daqui, eu nunca mais quero ver tua cara! Não me chame de pai... Fiquei muito aliviado de saber que você não é meu filho.

FABINHO: vocês tão me jogando no lixo de novo!

IRENE: calma, Fabinho, me espera!!

Fabinho sai sem rumo e chuta tudo que vê pela frente. Na cena seguinte, Fabinho aparece em cima do parapeito de um prédio e fica encarando o chão, criando coragem para pular. Depois ele levanta e começa a caminhar, ao tempo em que relembra as frases duras de

Plínio, ele solta um grito que transmite profundo desespero. Em cena de 07 de agosto, Fabinho surpreende Odila no seu local de trabalho e tenta agredi-la, com a intenção de extravasar o ódio por ter sido separado do pai. Fabinho grita que ela é a culpada de tudo, mas ela diz que a culpa é dele: “a vida te deu todas as chances, moleque, ‘cê’ foi adotado, ‘cê’ foi amado, só que você não aprendeu nada, nada. Você não tem um pingão de consideração por quem cuidou de você. Você plantou, vai colher o que merece. Tá aí duro e sozinho!”. Quando ela diz que Bento pode ser o filho de Plínio, o ódio de Fabinho triplica e ele começa a quebrar tudo no quarto de hotel que Odila atende suas clientes. Os seguranças retiram Fabinho e, mais uma vez, ele vai preso, Amora passa na prisão para tripudiar de Fabinho e ele tenta enforcá-la. Margot implora para Irene fazer algo e Malu consegue um advogado para soltá-lo.

Sem dinheiro, sem emprego e sem moradia, Fabinho vai atrás de Margot para reaver o anel que ganhou de Irene, mas ela diz que devolveu, ele fica furioso e agride a mãe adotiva. Fabinho busca abrigo na casa de Gilson, mas lá chegando, ele descobre que Bento foi atestado como filho de Plínio e, transtornado, arruma mais confusão e acaba expulso do bairro. Fabinho ainda tenta retomar o emprego na Class Mídia, mas sai de lá enxotado pelos seguranças que, a mando de Natan, o despejam na lata do lixo. Fabinho arrisca a hospedagem em um hotel de luxo, ele mente que foi assaltado e tenta pagar a diária com um sapato, que ele diz ter sido comprado na Itália, “de grife”. Mas os seguranças lhe colocam para fora: “Você não faz ideia de quem eu sou, do meu poder e da minha fortuna. Eu vou comprar esse hotel aqui de brincadeira, só pra te botar na rua! Palhaço!”.

Sem saída, Malu aparece como última alternativa, Fabinho diz que não tem onde dormir, o que comer e que roubaram tudo que ele tinha. Malu oferece um emprego de faxineiro na Toca do Saci e diz que ele pode dormir lá, se quiser. Bárbara e Amora a criticam veementemente a atitude de Malu, mas ela considera que todo mundo merece uma chance, inclusive Fabinho. Mas Amora não facilita a vida do rival, que ela provoca o tempo todo.

FABINHO: a Amora veio aqui me ameaçar, ela quer que eu suma. Não ia te contar, mas depois achei que ela melhor você saber, não sei o que ela pode fazer.

MALU: não, ela não pode entrar na minha ONG e ameaçar um funcionário meu. Pode deixar que eu vou ter uma conversa com ela. Pode ir lá trabalhar, obrigada, viu Fabinho?

FABINHO: imagina... [para e fica pensativo] Ô Malu, você nunca foi muito com a minha cara, né? Nem quando a gente achava que era irmão...

MALU: eu ia adorar se a gente fosse irmão, ia ter o Bento de volta e ia aceitar de bom grado essa provação.

FABINHO: por causa do Bento, você ia me aguentar como irmão?

MALU: você não tá na vida pra aliviar pra ninguém, né Fabinho?

FABINHO: você não sabe a infância que eu tive.

MALU: sei que você foi muito amado na casa do tio Gilson e na casa da dona Margot... Mais do que eu fui pela minha mãe.

FABINHO: quem te falou isso? Como você sabe?

MALU: eu sei que o Bento não teve tanta sorte como você e você não fez nada com isso. Sei que você é um poço de problemas pra quem te ama...

FABINHO: não, ninguém de ama.

MALU: a Margot daria a vida por você, a Irene te ama muito também, sabe o que eu lamento? Que a tua inteligência emocional ela é tão baixa que você não consegue ver o que você perde, joga fora, por ser tão invejoso, tão ressentido.

Malu consegue fazer a análise mais precisa sobre Fabinho e a destrutibilidade de seus sentimentos e, ao invés de agir grosseiramente, ele a escuta. Ela, inclusive, pede para Fabinho não decepcioná-la, porém, movido pela inveja e raiva de Bento, ele planeja um atentado à vida do amigo de infância. Ele arma toda uma circunstância para atear fogo na Toca do Saci com Bento dentro. Quando Bento chega à Toca esperando encontrar Malu, é Fabinho quem aparece e os dois começam uma briga, Fabinho insiste que Bento deve devolver tudo que é dele por direito, mas Bento acaba batendo a cabeça e cai desmaiado. Nesse momento, Fabinho observa Bento desacordado e relembra frases das pessoas sobre ele. Lembra do amor de Irene, da generosidade de Malu, do desprezo de Plínio, da humilhação de Amora... Mas ele só desiste quando vê uma mensagem de Malu no celular de Bento: “confia em mim, vai dar tudo certo, o Fabinho tem jeito!”. Fabinho envia uma mensagem do celular de Bento e pede para ela ir urgente na Toca, mas é Amora quem recebe. Quando vê toda a situação armada, Amora deduz que foi Fabinho e termina o serviço para incriminar o rival, e ainda sair de heroína.

Depois do incêndio, todos passam a ter ainda mais raiva de Fabinho e recriminam a oportunidade dada por Malu, no entanto, ela e Giane não acreditam na versão de Amora sobre o incêndio e saem em defesa de Fabinho. Enquanto isso, Fabinho vaga pelas ruas sem rumo, dorme em banco de praça, revira lixeiras em busca de comida e se esconde com medo de ser denunciado à polícia. Depois de semanas, Giane encontra Fabinho desmaiado em uma vala, sangrando e febril e leva ele para sua casa, sem que ninguém da vizinhança saiba. Durante várias noites, Fabinho delira falando sobre uma bola e Giane fica intrigada, depois, ela relembra de um acontecimento da infância deles, quando ela deixou que a bola dele fosse esmagada por um carro e do quanto ele ficou triste, pois a bola havia sido seu único presente de natal. Diante da dor da rejeição, do abandono nas ruas e da frustração pela perda do dinheiro, o sofrimento infantil retorna em forma de delírio. Diferente da primeira parte da trama, Fabinho apresenta uma postura frágil e acuda.

Os cuidados de Giane com Fabinho aproximam os dois, criando laços de amizade e carinho entre eles. Giane presenteia Fabinho com uma bola igual a da sua infância e eles jogam juntos durante toda a madrugada. As cenas lúdicas entre os dois, em que Giane age reabilitando Fabinho às emoções e ao convívio social, adicionam novos rumos à trajetória do rapaz. Na cena de 16 de setembro, ele pede perdão a Giane, pois diz não saber o que um amigo faz, já que nunca havia gostado ou se preocupado com alguém antes. Aos poucos, Fabinho aceita o carinho e a solidariedade de Margot e Irene e consegue, não sem dificuldades, pedir desculpas para Bento. Mesmo sob o olhar de desconfiança das demais personagens, Fabinho volta às ruas e Malu não permite que ele seja denunciado pelo incêndio. Fabinho pede para morar com a mãe em uma casa simples e contribui com a produção de bolos para encomenda. Na cena de 21 de setembro, os dois refletem sobre os acontecimentos:

FABINHO: até que ficou bonitinha, né, mãe? [elogia a arrumação da casa]

MARGOT: ficou mesmo, você reparou que a gente finalmente tá se dando bem?

FABINHO: se você vai falar que eu virei um anjinho, desiste, por favor, eu continuo a mesma pessoa. Aliás, eu nem sei porque todo mundo fala que eu mudei tanto.

MARGOT: você mudou, filho. Você vivia com um brilho de raiva no olhar. Vai dizer que você não percebe que aquele brilho sumiu?

FABINHO: não sei se era raiva que eu sentia. Mas é estranho, quando eu fico sozinho agora, eu tenho vontade de chorar. Eu nunca fui disso, você sabe. Não sei de onde isso vem, nem porque acontece... De repente era essa raiva toda querendo ir embora.

MARGOT: chora, se quiser, choro com você.

[os dois se abraçam]

Fabinho também entra em sintonia com sua mãe biológica. Quando Irene tem uma nova crise depressiva e foge desorientada pelas ruas, Fabinho intui sua localização e vai ao seu encontro. Os dois se abraçam emocionados e ela diz que mesmo não sendo sua mãe biológica, sente como se fosse. Mas as pessoas não esquecem o que Fabinho aprontou, por isso, tudo de ruim que acontece no bairro, associam ao seu nome. Quando uma campanha da Crash Mídia foi roubada por Natan, todos da agência acusam Fabinho e ele se demite revoltado. Mas Giane diz que acredita nele, na cena em que ela declara o seu apoio, eles acabam se beijando. Depois do beijo, Fabinho tem um semblante iluminado e leve.

Amora aproveita a má fama de Fabinho e continua procurando formas para incriminá-lo. Ela mente que matou Giane para provocar uma reação violenta nele e mostrar para a vizinhança que ele não mudou em nada. Também faz com que ele seja demitido do seu

emprego na padaria. Mas quando todos os seus golpes são descobertos, incluindo a troca de exames de DNA, ela tenta se desculpar com Fabinho, na cena de 26 de outubro:

AMORA: vim pedir perdão por tudo que eu te fiz. Será que você consegue me perdoar?

FABINHO: você veio aqui me pedir perdão?

AMORA: é que aconteceu muita coisa ruim, eu tive que repensar minha vida e eu vi que você foi uma das pessoas que mais sofreu por minha causa.

FABINHO: e o que você quer com esse papo todo?

AMORA: te vendo aí, feliz e vitorioso, eu me sinto mais aliviada. Pois mesmo pelos caminhos tortos, no fim das contas, acabou dando tudo certo pra você.

FABINHO: o que você quer comigo?

AMORA: resolvi pedir perdão pra todas as pessoas que eu prejudiquei na minha vida, falei ontem com a Malu, com os seus pais.

(...)

FABINHO: por que você tá arrependida? Você não acabou de dizer que mesmo por caminhos tortos acabou dando tudo certo pra mim? Então quer dizer que eu fui parar na rua, eu sofri que nem um cão, porque você sabia que pessoas boas iam me dar uma segunda chance? Onde você viu isso tudo? Numa bola de cristal?

AMORA: você tem todo o direito de sentir raiva. Mas, por favor, me perdoa, a sua compaixão é mais importante do que a de todas as outras pessoas que prejudiquei.

FABINHO: Amora, tô muito surpreso com sua humildade. Agora a minha compaixão? Você viveu muito bem sem ela, por que você quer ela agora?

AMORA: por que não sei se consigo continuar a minha vida sem esse perdão.

(...)

AMORA: só mais uma coisa, quando você me pediu em casamento aquela vez, você gostava de mim, de verdade?

FABINHO: nossa, que pergunta instigante! Né? Amora você tinha dinheiro e tinha status, que era tudo que eu sonhava. Amor mesmo eu só senti pela Giane.

Longe do interesse por status e dinheiro de outrora, nos últimos capítulos da novela, Fabinho diz que daria sua vida por Giane e se arrisca para salvá-la de uma tentativa de homicídio. Malu compreende o amor de Giane como o responsável por regenerar Fabinho e ascender nele bons sentimentos. Por fim, Plínio se orgulha da atitude do filho, que diz que vai usar o dinheiro do adiantamento da herança para entrar como sócio na Crash Mídia e com o resto vai comprar uma casa grande para morar com Giane, pois apesar da namorada não valorizar luxo, ele quer pelo menos um campo de futebol para que eles possam jogar bola juntos.

Em relação aos traços narcísicos na construção de Fabinho, começamos pela forma com que encara o dinheiro que, para ele, denota o poder de subjugar, dominar e controlar a

todos. A posse de vultosa quantia representa símbolo de onipotência, uma vez que, na sua visão, o dinheiro a tudo (e a todos) comanda. Na conformação psíquica do sujeito, é o ego ideal, como o outro especular do ego narcísico, que comporta a fantasia de onipotência e soberania, ao tentar reviver o poderio primário. Nesse caso, o mundo do sujeito se agiganta e expande seus poderes, revelando uma forte tendência ao distanciamento do convívio social e uma aproximação ilusória da megalomania. Fabinho tem dificuldades em acatar ordens, por isso é constantemente demitido dos trabalhos, também não respeita as regras para bem viver em sociedade, tendo sido preso várias vezes por transgredi-las. São as normas sociais, as leis e os valores éticos os responsáveis por distanciar o sujeito do narcisismo primário.

Com a sua trajetória de órfão e depois de filho de uma família falida do interior, Fabinho não detém grandes recursos financeiros para amplos poderes, o que é motivo de intensa frustração e raiva. Fabinho agride a mãe adotiva por considerá-la culpada pelo seu destino “miserável”. E nutre inveja daqueles que conseguiram ascensão econômica, como Amora, sua amiga de infância. Na ocasião em que Fabinho descobre que é filho de Plínio Campana e que vai receber o adiantamento de sua herança, ele começa a comprar desenfreadamente e, quando chega às lojas, pede sempre os produtos mais exclusivos e, conseqüentemente, mais caros. Compreendemos essa atitude, conforme a satisfação apregoada pela diferenciação social do consumo, Fabinho não quer só consumir, ele quer ostentar e desdenhar pelo que pode obter com o dinheiro. Seus desvarios megalomaniacos alcançam tal ponto, que ele chega a oferecer uma proposta para comprar uma rua no bairro da Casa Verde e a cooperativa de flores comandada por Bento. Mas ao ver que não consegue oprimir os vizinhos pelo dinheiro e nem mesmo despertar inveja, ele fica tomado de raiva.

Entretanto, Fabinho não chega a receber a herança e, ao se dar conta de que perdeu a grande chance de adentrar o mundo de consumo e de poderes que sempre almejou, ele cogita cometer suicídio. Nesse caso, podemos pensar na propensão para a pulsão de morte. De acordo com Green (1988), o narcisismo negativo (ou de morte) se apresenta como uma defesa psíquica orientada pelas pulsões destrutivas que, mediante situações dolorosas de confronto com os outros sociais, anseia desinvestir do objeto e acaba desinvestindo do eu também. Tamanha a dor da violência proporcionada pelas imposições da cultura de consumo que, ao contrário das pulsões de vida que enchem o sujeito de energia libidinal, estruturam o ego e nutrem amor pelo objeto, as pulsões de morte que são acionadas, adicionando ao sujeito uma face nebulosa, daninha, manifestada na ira, no ódio por si e pelos outros.

O ódio que Fabinho demonstra sentir do mundo e das pessoas, a quem ele culpa por seus infortúnios, é, na verdade, correspondente ao ódio que sente de si mesmo. Irene, Plínio e Malu concordam que Fabinho não tem sentimentos por ninguém, não tem respeito, muito menos empatia. Em um contexto sociocultural que promove circunstâncias violentas, o funcionamento psíquico fica vulnerável a assumir uma função destrutiva, ao tempo em que relações podem pender para o distanciamento, a indiferença e o desinteresse. Quando o indivíduo renuncia vínculos afetivos e nega a alteridade, a regressão narcísica é acionada, fazendo-o idealizar o estágio inercial, emocionalmente inabalável.

Fabinho diz para Malu que ninguém o ama, mesmo tendo duas mães que se importam e tentam cuidar dele, mas ele as afasta com grosseria e frieza. De acordo com Bauman (2004), o sujeito ama no amor-próprio a possibilidade de ser amado. Ou seja, o amor-próprio depende da circunstância do sujeito em se sentir amado. Quando há uma negação do status de objeto de amor, simultaneamente, ocorre o processo de auto-aversão, como no caso de Fabinho.

Todavia, no meio da novela, depois de ter sido rejeitado por todos que esnobou quando achava que ia ficar rico, ele começa a morar na rua, sem dinheiro nem mesmo para comer, Fabinho se machuca e vai parar numa vala e Giane o acolhe, em um ato de generosidade. A atenção, o carinho e os cuidados de Giane, fazem com que Fabinho se reabra para os sentimentos de trocas afetivas. Essa relação insufla em Fabinho o retorno alteritário, como uma espécie de narcisismo de vida, que possibilita a manutenção da libido dos objetos, fortalece a representação egóica e a autoestima.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A telenovela, na posição de produto midiático mais acompanhado do Brasil, unifica em seu potencial televisivo a capacidade de trabalhar temas em consonância com a realidade sociocultural em que se situa. Tudo isso começou em 1968, com a telenovela “Beto Rockfeller”, que marcou a história da teledramaturgia nacional, ao levar para as telas um enredo próximo do cotidiano do público. Desde que essa produção foi ao ar, as telenovelas seguintes não deixaram de inserir o recurso da verossimilhança em suas produções. Essa inserção, que virou principal atributo do folhetim brasileiro, expressa o objetivo de envolver o telespectador na trama através do processo de identificação que, por sua vez, garante altos índices de audiência.

Baseamo-nos na assertiva de que os produtores de telenovela, ao construir enredos e personagens fictícios, utilizam preocupações, valores e temas que atravessam a vida cotidiana de parcela significativa dos telespectadores. Os temas trabalhados nas produções ficcionais irrompem no seio social, conforme a relação de proximidade mantida a sociedade, por isso a abertura para as atualizações cabíveis, dentro dos padrões de funcionamento do gênero. Daí o interesse em analisar aspectos das subjetividades contemporâneas de acordo com a construção midiática, pela característica de mimetização presente neste tipo de produção.

A análise da telenovela, dividida em duas etapas, tratou primeiro de analisar a construção acerca dos fatores socioculturais que contribuem para que a subjetividade contemporânea seja considerada como uma subjetividade eminentemente narcísica. As caracterizações abarcam todas as personagens e perpassam as construções de núcleos presentes no enredo, de acordo com: o rearranjo familiar; a desconfiança generalizada nas soluções políticas; o distanciamento de valores transcendentais; o avanço das tecnologias midiáticas; a centralidade e importância da mídia; os fenômenos aparentes e o recrudescimento das questões de consumo. Essas características encontram-se relacionadas ao narcisismo secundário, pois servem para fomentar a dor do desamparo estrutural, trazendo quadros de incerteza e medo, facilitados pela fragilização dos vínculos afetivos.

Neste panorama inicial, a saída plausível para alguns parece estar presente no autocentramento sobrevivencialista. Todavia, o relacionamento com o outro, tão necessário à edificação do ego, e as relações amorosas, que adicionam desejos e impulsos de vida ao sujeito, vão perdendo espaço para questões privadas, envoltas por um hiperinvestimento pessoal capaz de ofuscar a relação com a alteridade.

A preocupação em evidenciar os fatores que propiciam, na telenovela, a associação da subjetividade atual a uma subjetividade narcísica, reafirma o potencial de adoecimento presente na conformação cultural contemporânea. No entanto, ao pontuar as diferentes formas utilizadas para a construção de personagens envoltas em um mesmo contexto sociocultural, contribui para legitimar algum nível de predisposição individual para sucumbir ou não ao que está posto. Como explica Freire Costa (1984), se a cultura é patogênica, não é porque implanta o narcisismo nos sujeitos, mas porque o incita, ao prescrever uma performance psicológica ideal que o sujeito não possui meios efetivos para alcançar. A regressão rumo às defesas narcísicas é solicitada como forma de enfrentar a violência expressa na cultura, em que modelos forjados propositalmente, sobretudo pela indústria da propaganda, intensificam padrões inalcançáveis de prestígio, beleza, notoriedade e poder aquisitivo. Esses modelos ajudam a estimular os sentimentos de frustração e sofrimento, que redundam em retraimento libidinal.

Nesta primeira parte da análise, evidenciamos a construção dos traços narcísicos mais presente nas personagens circunscritas no mundo das celebridades e da publicidade, ou seja, na mídia. Não por coincidência, esses ambientes são criados em torno de competições por desempenho, aquisição de bens materiais, admiração, além das disputas por projeção e legitimação de imagens. Assim, as relações com o outro, ao invés de envolvimento e afetividade, são erigidas em clima de rivalidade e inveja ou assinaladas por interesses em benefícios próprios. Mas o desinteresse em vínculos com a alteridade, não impede que ela seja levada em consideração para agigantar a autoestima do sujeito ou tomada como modelo para adequação aos padrões impostos pelos próprios veículos midiáticos.

Em contrapartida, embora convivam com o mesmo contexto sociocultural de violência, mediação e consumo, no núcleo da Casa Verde, a diferença está alocada na forma de se relacionar com o outro. As relações são retratadas de maneira harmoniosa, com respeito e cooperação mútua, norteadas pela colaboração lúdica na cooperativa de flores. De acordo com Freud (1996), a relação de identificação recíproca entre os sujeitos ocorre por meio do controle da extensão narcísica do ego, que possibilita a empatia e coesão social. Mesmo as personagens originárias de outros núcleos, enfatizam o bem-estar encontrado no bairro e no convívio com sua vizinhança, e acabam se aproximando pela identificação gerada. Falamos em divisões nucleares, mas compreendemos a transitividade das personagens. O núcleo do bairro da Casa Verde só é ressaltado pela tenacidade de sua definição e por

congregar personagens com perspectivas benevolentes, em clara oposição a outros nichos dentro da telenovela.

Neste caso, compreendemos a afabilidade das relações mantidas pelos moradores e simpatizantes do bairro, ligada à representação estereotipada – tão cara ao gênero novelístico. Trata-se de reunir os “bons” que se identificam e se gostam em um ambiente propício as trocas afetivas e demarcar os “maus” em conflituosas relações com os demais. A negação à Casa Verde simboliza uma espécie de renúncia à convivência aprazível e construtiva com a alteridade. Os três principais perfis narcísicos da trama, Amora, Bárbara Ellen e Fabinho, moraram neste bairro, porém não o suportam, assim como não suportam seus moradores, demarcando o lugar opositorista que representam. Mas ao longo da trama, os três retornam em circunstâncias adversas: Bárbara quando fica pobre, Amora pela relação mantida com Bento e Fabinho que, depois de romper com praticamente todas as personagens da trama, encontra guarida na casa de Giane e Silvério.

Entretanto, apesar da rigidez nas representações que trazem posicionamentos até certo ponto maniqueístas, percebemos uma tendência à flexibilidade no campo de sentidos. Nas representações de natureza mais cambiantes, os extremos dissolvem a rigidez da divisão antitética. A ressignificação se relaciona ao fato dos protagonistas, Amora e Fabinho, incorporarem um perfil impreciso, ora odioso, ora justificável pelo que viveram. Os dois foram abandonados e passaram pelo lar de adoção do tio Gilson. Amora viveu na rua durante um tempo e Fabinho foi largado ainda bebê. A privação e a dor do abandono por que passaram, aparecem como correlatas ao perfil sobrevivencialista, egocentrado e pouco afeito aos laços emotivos. Cada um ao seu modo, com construções que dão indícios de atributos narcísicos.

A elaboração de Amora tem direcionamento para a exposição na mídia, que visa a admiração e o cortejo dos fãs, além da obsessão desenfreada pelo consumo de sapatos de grife, que ela diz servir como fonte de segurança. Amora também utiliza seu corpo e estilo como uma espécie de cabide para expor signos da moda na vitrine midiática. Já Fabinho tem dificuldade em seguir ordens (exceto as empregadas pela sociedade de consumo, pois a essas ele se disciplina) e sustenta raiva e repulsa por todos com quem convive – os que são pobres pela pobreza que congregam e os que são ricos pela inveja nutrida. Na sua estruturação, o dinheiro atua como fator preponderante para não precisar se subjugar a nada, nem a ninguém. Ele também almeja aplacar o tédio cotidiano por meio de bens de consumo opulentos.

Fabinho e Amora têm em comum a busca por uma condição financeira favorável, que permita o sentimento de superioridade perante os demais, a fim de aplacar a inferioridade causada pelo fato de terem sido preteridos no passado. Fabinho propaga a ideia de que os dois são parecidos, pois dividem os mesmos objetivos de vida: “dinheiro e *status*”, mas Amora não aceita a comparação, dizendo que Fabinho é “baixo, micho, não sabe jogar!”, por isso, muito diferente dela. Mas os perfis dos dois dispõem da semelhança do protagonismo dúbio, do herói de caráter controverso, embora com todas as potencialidades para virar o jogo e mudar de lado. Se a regressão narcísica, na sua forma defensiva, atua incitada por uma circunstância de sofrimento, na fase adulta de Amora e Fabinho, a regeneração ao comportamento defensivo e egoísta também advêm de uma situação dolorosa. Encaramos essa ocorrência conforme o padrão cultural do próprio gênero novelístico, em que só o sofrimento justifica o perdão das atitudes pouco empáticas.

A virada de Fabinho começa no meio da trama, quando ele cogita o suicídio por não ter mais direito ao adiantamento da herança de Plínio Campana e, em seguida, vai percebendo suas chances de mudança de vida minando uma a uma. Fabinho acaba na sarjeta, ferido fisicamente e fragilizado, mas Giane o acolhe e, aos poucos, desperta nele sentimentos de amor, momento em que se instaura a sua redenção, seu narcisismo de vida. Importante salientar que, em seus momentos de delírio por forte febre, Fabinho relembra a triste história de ter perdido seu único presente de natal: uma bola velha. Mais uma vez, a característica da privação ressalta uma infância difícil.

A reviravolta de Amora demora um pouco mais a acontecer e só se concretiza nos últimos capítulos da trama. A dubiedade na construção da protagonista se expressa no amor que ela sente por Bento, mas que não é capaz de preenchê-la, de tal maneira que ela sempre privilegia a fixação pela imagem midiática e pelos valores consumistas. Embora, em meio a uma crise financeira, ela tenha fingido uma transformação de propósitos de vida com o intuito de reconquistar Bento, a guinada real só tem início com o volta de Simone, a irmã que a abandonou na infância. Esse retorno desperta em Amora as lembranças dolorosas do sofrimento nas ruas, mas quando finalmente consegue perdoar a irmã, Simone morre, deixando os filhos sob sua tutela. Nesse ponto, Amora descobre do que se trata a paixão, conforme a relação de amor e cuidados que precisa estabelecer com os sobrinhos. No fim, ela reconhece a felicidade ilusória falseada pelos bens de consumo e pede perdão para todos aqueles que ela oportunamente manipulou.

Diferentemente de Fabinho e Amora, Bárbara Ellen não é protagonista, embora tenha um papel de bastante destaque, sobretudo pelo humor reunido em sua construção. Outra diferença diz respeito à ausência da reviravolta redentora, Bárbara começa e termina a trama com algumas poucas modificações em seu comportamento. Na sua edificação, ao contrário dos outros perfis, não parece haver nenhuma espécie de justificativa pontual para seu comportamento narcísico, pelo menos nada relacionado a uma situação de sofrimento ou dor específica. O perfil da atriz se baseia no autoreferenciamento constante, na centralidade do consumo, no temor a velhice, na falta de compreensão emocional, no individualismo e, principalmente, na vigorosa investidura em uma imagem perante a mídia. Imagem essa que ela parece representar durante toda a trama, de acordo com o exagero dramático com que se comporta cotidianamente. Nesse caso, o final como participante de reality show chega a ser emblemático, pois aponta “o jogo representacional da vida real” engendrado por esse formato, como o lugar adequado para a conduta embusteira e histriônica da atriz.

Em um comparativo entre personagens analisadas, a busca por dinheiro e bens de consumo atravessa com igual importância as três descrições, nesse caso, identificada como principal atributo do narcisismo contemporâneo na construção do enredo. Embora ressalvadas algumas especificidades das personagens, em geral, o consumo aparece como saída imediata de investimento na esfera privada, contrapondo preocupações mais coletivas e descentralizadas. As imposições articuladas por publicidade e propaganda agem na captura do sujeito estruturalmente insatisfeito e incutem a necessidade de satisfação e diferenciação social, a fim de alimentar o intenso ritmo produtivo.

Ainda dentro das questões de consumo, os padrões midiáticos subsequentes a essa lógica, adicionam preocupação com a aparência e com imagem, fazendo com que o sujeito busque modelos legitimados pela eficiência e prestígio. Essa busca por modelos fabricados distancia do outro e, por conseguinte, o priva do conhecimento de si mesmo. Especialmente porque a relação com o consumo não age no fortalecimento do eu, mas o fragiliza ainda mais, abrindo caminho para os imperativos consumistas associados a satisfação instantânea.

A análise das personagens, longe de uma empreitada meramente individual ou psicológica, revelou características e condições socioculturais ofertadas para a conformação subjetiva contemporânea. Por se tratar de uma criação ficcional, pautada nos padrões cabíveis do gênero midiático, as personagens não apresentam a singularidade de um sujeito, mas uma composição abrangente, que combina referências variadas da sociedade atual. Foi nesse sentido que procuramos analisar o narcisismo, enquanto fenômeno social (embora não

puramente, mas só podemos apreender as pistas deixadas pelo contexto sociocultural, nada mais) transposto para a construção das personagens na ficção telenovelistica.

A análise efetuada, apesar de compreender a produção como sintomática em se tratando da relação mantida com sociedade, não buscou sacramentar a intenção dos autores ao escrever o enredo ou a forma de apreensão pelo público. Ativemo-nos à análise das pistas deixadas pelo produto pronto, exibido no ano de 2003 e integralmente disponível no site da emissora, analisado conforme os referenciais teóricos discutidos sobre narcisismo e sociedade contemporânea e acerca do gênero novelístico.

Contudo, interessante notar, que mesmo sem a preocupação em sugerir o objetivo dos autores (que não àquele de retratar a realidade social), após as análises e considerações, encontramos despretensiosamente uma entrevista em que Vicente Villari e Maria Adelaide Amaral explicam suas escolhas para a construção do enredo. Em alguns pontos dessa entrevista⁴², as explicações dos autores se coadunam com as correlações assinaladas na análise deste trabalho. Mas claro, aqui nos pautamos em teorias e conceitos, enquanto eles se baseiam preferencialmente na observação cotidiana da sociedade. Assim, reafirmamos a situação de proximidade e trocas entre realidade e ficção.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodoro. & HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento** – fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

ANDRADE, Roberta Manuela. **O fim do mundo: imaginário e teledramaturgia**. São Paulo: Annablume, 2000.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa-Portugal: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

_____. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Amor líquido: Sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

_____. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

_____. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

⁴² Texto disponível integralmente na parte reservada aos anexos.

_____. **Medo líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BIRMAN, Joel. **Mal estar na atualidade**: a psicanálise e a novas formas de subjetivação. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

BORELLI, Sílvia Helena; RAMOS, José. A telenovela diária. *In*: ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia Helena; RAMOS, José. **Telenovela**: história e produção. São Paulo: Brasiliense, 1989.

BORELLI, Sílvia. **Telenovelas brasileiras**: balanços e perspectivas. São Paulo: Perspectiva, v. 15, n. 3, pp. 29-36. 2001.

CAMPEDELLI, Samira. **A telenovela**. São Paulo: Ática, 1985.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2011.

ECO, Umberto. **Seis passeios pelos bosques da ficção**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

FERREIRA, Raquel. SANTANA, Dhione. **A força do hábito**: um estudo sobre a tradição temática das telenovelas da Rede Globo por faixa horária. *Palavra Clave*. Vol.16 No. 1 - Abril de 2013.

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula Guimarães. **Telenovelas, telespectadores e representações do amor**. *ECO-PÓS-* v.10, n.2, julho-dezembro 2007, pp. 48-69.

FREIRE COSTA, Jurandir. **Violência e Psicanálise**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

_____. Narcisismo em tempos sombrios. *In*: BIRMAN, Joel. **Percursos na história da psicanálise**. Rio de Janeiro: Taurus, 1988. (p.151-174)

FREUD, Sigmund. **Sobre o narcisismo**: uma introdução. *In*: FREUD, S. Edição Standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud. v.14. Rio de Janeiro: Imago, 1990.

_____. **O mal estar na civilização**. *In*: Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

_____. **Psicologia das massas e análise do eu**. *In*: Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

GIDDENS, Anthony. **As Consequências da Modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

_____. **A Transformação da Intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Editora Unesp, 1993.

GOFFMANN, Erving. **A Representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis (RJ): Vozes, 1992.

GOODE, William. HATT, Paul Kitchener. **Métodos em pesquisa social**. 7ed. São Paulo: Nacional, 1979.

GREEN, André. **Narcisismo de vida, Narcisismo de Morte**. São Paulo: Escuta, 1988.

HALL, Stuart. **Identidade cultural e diáspora**. In: Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Rio de Janeiro, IPHAN, 1996.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 19ed. São Paulo: Loyola, 2010.

JAMESON, Frederic. **Pós-Modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Editora Ática, 1997.

KEHL, Maria Rita. Eu vi um Brasil na TV: três ensaios sobre a telenovela. In: COSTA, Alcir; SIMÕES, Inimá e KEHL, Maria Rita. **Um país no ar: história da TV brasileira em três canais**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

_____. **O espetáculo como meio de subjetivação**. Estados Gerais da Psicanálise: Segundo Encontro Mundial, Rio de Janeiro, 2003.

LASCH, Christopher. **A cultura do narcisismo: a vida americanada numa era de esperanças em declínio**. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

_____. **O mínimo eu: sobrevivência psíquica em tempos difíceis**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

LAZZARINI, Eliana Rigotto. **Emergência do narcisismo na cultura e na clínica psicanalítica contemporânea: novos rumos, reiteradas questões**. Universidade de Brasília. Programa de pós-graduação em Psicologia. Tese. 2006

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

_____. **A Era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. Barueri: Manole, 2006.

_____. **A felicidade paradoxal: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LYOTARD, Jean-François. **A Condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2011.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. **O carnaval das imagens: a ficção na TV**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

MELO, José Marques de. **As telenovelas da Globo: produção e exportação**. São Paulo: Summus, 1988.

MEZAN, Renato. **Freud, Pensador da Cultura**. Brasília: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, 1985.

MORAES, Roque. **Uma tempestade de luz**: a compreensão possibilitada pela análise textual discursiva. *Ciência & Educação*, v. 9, n. 2, p. 191-211, 2003.

MOTTER, Maria Lourdes. **A telenovela**: documento histórico e lugar de memória. *REVISTA USP*, São Paulo, n.48, p. 74-87, dezembro/fevereiro 2000-2001.

_____. **Ficção e Realidade: a construção do cotidiano na telenovela**. São Paulo: Alexa Cultural, Comunicação & Cultura, 2003.

NASCIMENTO, Mérly Luane Vargas do. **O narcisismo contemporâneo**: da barbárie social à tirania íntima. Universidade Estadual de Maringá – Paraná. Programa de pós-graduação em Psicologia. Dissertação. 2011.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena Simões; RAMOS, José Mário Ortiz. **Telenovela**: história e produção. São Paulo: Brasiliense, 1989.

ORTIZ, Renato; RAMOS, José. A produção industrial e cultural da telenovela. *In*: ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia Helena; RAMOS, José. **Telenovela**: história e produção. São Paulo: Brasiliense, 1989.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. São Paulo: Modernas, 1998.
Paulo: Cortez, 1990.

PEDROSSIAN, Dulce Regina dos Santos. **O sofrimento do corpo e da psique sob a dominação social**. *Psicol. USP* vol.19 no.2 São Paulo Abril/Junho 2008.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluízio Ramos. **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da comunicação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003

SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. **Narcisismo e publicidade**: uma análise psicossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade. São Paulo: Annablume, 2001.

SEVERIANO, Maria de Fátima & ESTRAMIANA, José Luis Álvaro. **Consumo, narcisismo e identidades contemporâneas**: uma análise psicossocial. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2006.

SILVA, Cristiane Valéria da. **Telenovela e Sociedade Contemporânea**: apontamentos acerca das possibilidades de identificação. Dissertação (mestrado). Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Artes. 2010.

SODRÉ, Muniz. **O Monopólio da fala**. Petrópolis: Vozes, 1981.

_____. **A máquina de Narciso**: Televisão, indivíduo e poder no Brasil. São Paulo: Cortez Editora, 1990.

TÁVOLA, Artur da. **A telenovela brasileira**: história, análise e conteúdo. São Paulo: Editora Globo, 1996.

VASSALO LOPES, Maria Immacolata. **Telenovela brasileira**: uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação*, São Paulo, v. 1, n. 26, p. 17-34, 2003.

_____. **Telenovela e direitos humanos**: a narrativa de ficção como recurso comunicativo. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação/INTERCOM. Anais*. Curitiba: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2009.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1995.

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

ANEXO

Ter ou ser? Autores contam tudo sobre a criação da trama de Sangue Bom

Em entrevista exclusiva, Maria Adelaide Amaral e Vincent Villari dão detalhes sobre os personagens e prometem divertir o público

22/04/13 às 11h02 - Atualizado em 05/01/14 às 08h29

Vale tudo mesmo para ficar famoso? Essa é uma das perguntas que prometem agitar a curiosidade do público de **Sangue Bom**, a próxima novela da 19h. Na trama de Maria Adelaide Amaral e Vincent Villari, o que não faltam são personagens para lá de interesseiros. Tem a it-girl que só quer saber de aparecer bem na foto, as mulheres-fruta que posam para todo e qualquer clique e uma atriz falida que tem um só objetivo na vida: ficar sob os holofotes.

Claro que para se manter no pedestal da mídia essa turma vai ter que rebolar ao se deparar com situações hilárias e embaraçosas. O cenário para as confusões e confissões da trama são bairros elegantes da rica sociedade paulistana, e também da simpática zona norte da cidade.

Ficou curioso? Confira na entrevista exclusiva com os autores todos os detalhes desta novela que promete arrancar boas gargalhadas e, por que não, reflexões do público.

Por que o nome Sangue Bom? De quem foi a escolha?

Maria Adelaide – "Foi do Vincent. Confesso que num primeiro momento o "Sangue" me incomodou, mas tinha tudo a ver com a história e me empenhei pessoalmente na defesa desse título".

Por que escolheram falar do mundo da moda e da badalação em volta das celebridades?

Vincent – "O universo das celebridades, por despertar tanto fascínio nas pessoas e estar cada vez mais acessível - afinal, graças principalmente à internet e aos reality shows, hoje qualquer pessoa pode se tornar nacional ou mundialmente conhecida sem nenhum trabalho ou talento expressivo -, revelou-se o pano de fundo ideal para expressar as carências, desejos e frustrações dos nossos personagens. Hoje as pessoas necessitam serem admiradas e amadas pelo maior número possível de pessoas, mas sem se dar ao exaustivo trabalho de retribuir. Essa ânsia pela conquista, por ter, por possuir, foi contaminando todas as relações: amorosas, familiares, profissionais, de tal modo que hoje é comum uma mãe sonhar para um filho que ele seja uma estrela de reality show, por exemplo. São esses curiosos valores, hoje tidos como absolutamente naturais, que nós abordamos e questionamos".

Há celebridades decadentes, instantâneas, de internet e subcelebridades na trama. Além das personalidades que de fato têm algo a oferecer, não só sua fama. Mostrando esses diferentes níveis de popularidade, a intenção de vocês é fazer uma crítica ao culto às celebridades de modo geral ou a algum comportamento específico delas?

Maria Adelaide – "Não tenho nada contra a fama ou contra as celebridades quando o sucesso e notoriedade são baseados no trabalho e no talento. Porém, a busca desesperada pela fama sem qualquer mérito que a justifique acaba criando personagens cômicas ou patéticas. Em consequência, são uma fonte de inspiração dramática. A obsessão pelo sucesso pessoal é uma doença. Acreditar que alguém sem notoriedade não tem valor social e perseguir desesperadamente um lugar ao sol como garantia de felicidade é se condenar a um tipo novo de escravidão. Pois quando você coloca todas as suas fichas na realização exterior, o resultado é o vazio interior, o empobrecimento da vida íntima e da sua relação com os outros".

Como foi a pesquisa de campo para escrever a novela? Conviveram com it-girls, frequentaram muito o bairro da Casa Verde?

Vincent – "Nasci e morei durante vinte anos no bairro do Imirim, vizinho à Casa Verde e que também será mostrado na novela. A rua da Casa Verde, onde mora boa parte dos nossos personagens, é, de certa forma, a rua da minha infância, onde os vizinhos participavam uns das vidas dos outros, comemoravam, brigavam, se divertiam, entravam pela porta que era normalmente mantida aberta. Então, é um ambiente muito natural para mim".

Teve algum personagem que foi mais difícil de criar?

Vincent – "Para mim, não. Em algumas situações específicas, geralmente nuances do comportamento feminino, recorro a Adelaide para saber o olhar dela sobre a questão, pois sei que será mais rico que o meu. Mas não há nenhum personagem desta novela que seja distante ou estranho a mim, e creio que para Adelaide também não".

Você é conhecida por grandes sucessos e pelo tom de comédia nos textos. Sangue Bom tem um texto muito divertido. Como encontram esse tom exato que o público sempre elogia?

Maria Adelaide – "O que se espera de uma novela das 19h é que ela seja engraçada – sem negligenciar, é claro, a parte do romance e do melodrama. Nesse sentido, a parceria com Vincent é fundamental, porque a nossa concepção da vida, do mundo e do humor é muito semelhante. Além disso, respeitamos a nossa intuição que é fundamental para estabelecer a conexão com o público".

Não há exatamente um casal protagonista, mas sim um sexteto formado por Sophie Charlotte, Humberto Carrão, Jayme Matarazzo, Marco Pigossi, Fernanda Vasconcellos e

Isabelle Drummond. Isso é algo novo em tramas, por que essa escolha? Imaginam para quem o público vai torcer mais?

Vincent – "A história foi sendo naturalmente tecida conforme os personagens e suas relações iam surgindo, não premeditamos ter jovens protagonistas, mas, se é verdade que os personagens escolhem seus criadores, então Adelaide e eu fomos escolhidos por eles. Estamos muito curiosos para saber por quem o público irá torcer. Amora (Sophie Charlotte), por exemplo, é uma heroína ambígua, capaz tanto de amores sinceros e profundos quanto de gestos da mais absoluta mesquinhez, e deverá dividir a opinião do público. Mas Bento (Marco Pigossi), Malu (Fernanda Vasconcellos) e Giane (Isabelle Drummond) serão certamente queridos".

Maria Adelaide já disse em outras entrevistas que a novela é uma discussão entre o ter e o ser. E para você, o que é mais importante: ter ou ser?

Vincent – "O importante é cuidar para que o "ter" tenha a sua importância de acordo com o "ser", nunca o contrário. Tanto que o Bento e a Giane não possuem apenas uma floricultura, e sim uma cooperativa com os vizinhos em que todos plantam e colhem flores e todos, conseqüentemente, repartem os lucros após as vendas. Ou seja, a ambição pode ser algo positivo quando existe o ideal de elevar o nível da própria vida e das pessoas ao redor. Mas de quanto dinheiro, de quantos amigos virtuais, de quantos fãs, de quantos pares de sapato uma pessoa realmente necessita para se sentir satisfeita, completa, realizada? Este é o dilema da maior parte dos nossos personagens".

Para vocês, qual será o grande diferencial da novela que vai torná-la um sucesso?

Maria Adelaide – "Quando sentamos para escrever uma sinopse, pensamos apenas em escrever uma história boa, com tramas, personagens interessantes e capazes de atrair o público. E isso inclui a nós. Sempre nos perguntamos: gostaríamos de assistir essa novela? São muitos meses, às vezes mais de um ano de trabalho insano, entre a sinopse e o último capítulo, e é importante que a gente se apaixone pelo que faz e a redação de cada novo capítulo seja um enorme prazer. Então, só vamos descobrir o diferencial de Sangue Bom quando a novela estiver no ar".

Não perca, em 29 de abril, a estreia de **Sangue Bom**, a nova novela das 19h, escrita por Maria Adelaide Amaral e Vincent Villari, com direção de núcleo de Dennis Carvalho e direção geral de Carlos Araújo.

TEXTO DISPONÍVEL EM: <http://gshow.globo.com/novelas/sangue-bom/por-tras-das-cameras/noticia/2013/04/ter-ou-ser-autores-contam-tudo-sobre-a-criacao-da-trama-de-sangue-bom.html>

