



VI Simpósio Nacional de HISTÓRIA CULTURAL

Escritas da História: Ver - Sentir - Narrar

A BATALHA DOS MOINHOS DE VENTO: O PROBLEMA DO INTELLECTUAL DE CLASSE MÉDIA

Thaís Leão Vieira*

1

Creemos que os momentos de crise sejam aqueles em que se retoma mais intensamente o debate sobre *missão, função, papel* do intelectual, em que se impõem a recuperação da memória da atividade e o balanço da atuação desse personagem¹.

Élide Rugai Bastos e Walquíria D. Leão Rêgo

Allegro desbundaccio conta a história de um publicitário que abandona o emprego de 20 milhões e arruma novos problemas ao se apaixonar por Teresa, uma jovem que almeja casar com um homem rico que ganhe 20 milhões. O argumento parece simples: um homem decide rejeitar determinado padrão de vida, garantido por meio das relações de trabalho engendradas na exploração, mais especificamente a partir da publicidade. A peça apresenta o conflito entre setores da classe média² que tentam

* Professora Adjunta do departamento de história da Universidade Federal de Mato Grosso campus de Rondonópolis.

¹ BASTOS, E. R.; RÊGO, W. D. L. A moralidade do compromisso. In: _____. *Intelectuais e Política: a moralidade do compromisso*. São Paulo. Olho d'água, 1999, p. 12.

² A classe média está sendo entendida aqui como um setor fracionado da população beneficiada pelo crescimento econômico. Assim, "estudantes, clero, intelectuais, funcionários públicos, por exemplo, não podem ser reunidos enquanto membros de uma mesma classe social. Não é o corte de classe que permite delimitá-los; não é aí que se definem os traços capazes de lhes fornecer sua especificidade. Esta especificidade só pode ser buscada no conjunto das relações engendradas por sua inserção na

entrar na sociedade de consumo — Cremilda e Teresa — e outros que tentam manter-se distantes desse sistema — Buja e Ênia.

Buja é um publicitário que sai do mundo do marketing e almeja ser escritor, recusa um salário de 20 milhões, coloca-se numa posição de marginalidade e passa, a partir dessa posição, a negar determinadas condutas morais. Essa insubordinação é indicada quando Buja vai a uma festa de formatura:

BUJA – Ora, fazia doze anos que eu não ia numa, De Marco. Tomei porre de cuba livre, **me esfreguei numa porção de menininhas** suadas brilhando, **cuspi** no ponche, **mije** na piscina e **fiz cocô** na quadra de tênis... (grifos meus)

DE MARCO – (CORTA)... faz seis meses que eu penso em você: “Buja teve coragem e largou; e eu, não! Eu, na engrenagem! Ele, coragem; eu, na engrenagem!” Vim trêmulo para cá, com medo de me ver e me sentir mais mesquinho ainda e descubro que você largou tudo prá ir em festa de formatura, se esfregar em adolescentes e defecar em lugares impróprios? Você não largou pra escrever um romance preto, fazer um filme, epopéias, éclogas? (PEQUENO TEMPO).³

A ênfase no abandono de determinada convenção social, moral e de pudor deságua no tratamento dado por Buja ao posicionamento que ele tem em um baile de formatura. Daquilo que se entende por um evento social, as atitudes de Buja apontam descaso e animosidade. Esfregar-se, cuspir, mijar e defecar demonstram atitudes hostis àquele ambiente. Estabelece-se a partir da conduta assumida por Buja um conflito sobre a natureza e os direitos — no qual se envolvem seus vizinhos — de um homem em distanciar-se da engrenagem do sistema. Coloca-se uma questão referente à estrutura hegemônica do sistema capitalista que supõe que Buja não teria direito a fazer a escolha que fez, sendo incompreendido e condenado por sua atitude. Essa condenação faz parte do mundo que Buja rejeita, do sentido uniformizante que a sociedade lhe impõe. Aqui a publicidade adquire símbolo dessa estrutura:

DE MARCO – Te dei dois mil cruzeiros, BUJA.

estrutura social, ainda que fora da produção direta de mercadorias. [...] Estas categorias sociais podem ser originárias de todas as classes e camadas sociais, portanto, existem estudantes e funcionários públicos, por exemplo, oriundos das diferentes classes sociais.” Cf.: França, Bárbara Heliodora. Nova classe média ou Novo Proletariado? *São Paulo em perspectiva*, v. 8, n. 1, 1994, p. 42-51. Disponível em: http://www.seade.gov.br/produtos/spp/v08n01/v08n01_05.pdf

³ VIANNA FILHO, Oduvaldo. *Allegro desbundaccio*, op. cit., p. 6.

BUJA – Você acha muito? Prá mim ficar aqui no meu canto e não sair pela rua exigindo guilhotina pra vocês? ... ainda te ofereço um... pó, não tem nada prá tomar aqui...

PROTÉTICO – Pra tomar sempre tem, eu tomo a hora que vocês quiserem...

DE MARCO – Quero uma idéia prá lançar uma cerveja pernambucana aí, um grupo pernambucano norueguês. Já fiz dez reuniões na Agência, não sai nada.

BUJA – Uma idéia por dois milhões? Me dá mais três. (DE MARCO, TEMPO, PEGA O LIVRO CHEQUE. ASSINA.) Vamos ver... é em lata a pomba da cerveja?

DE MARCO – Justamente.

BUJA -... muito bem... muito bem... (TEMPO) Cerveja?

DE MARCO – Olinda...

BUJA – (TEMPO) Põe lá... “Cerveja Olinda! A pura! Lata esterilizada com vapor vivo!”

DE MARCO – Todas as latas de cerveja do mundo são esterilizadas com vapor vivo!

BUJA – Ninguém sabe disso, nenhuma anuncia isso. Anuncia você. “Olinda. A pureza ao alcance dos seus lábios!”

DE MARCO – Genial! Perfeitamente genial, simples, evidente por si mesmo como queria Descartes! Você continua um canalha! Idéia aprovadíssima!

BUJA – Então, custa mais cinco milhões, Paganinni.⁴

A expressão cômica da cena se revela na contradição tanto do talento associado ao caminho da fuga quanto do retorno como forma de alavancar dinheiro. Provocador do riso é também o jogo de palavras observado na fala de Buja que, referindo-se a alguma bebida para ofertar a De Marco, acaba por sugerir o mote a Protético, que, malicioso, expressa-se rapidamente: “pra tomar sempre tem, eu tomo a hora que vocês quiserem”. O talento publicitário de Buja é suprimido, por uma negação que não lhe é “permitida”, pois De Marco, como que em suplício, pede a ele uma idéia para uma propaganda. Afeito à publicidade, Buja mostra toda sua versatilidade com a indústria de marketing, criando rapidamente um anúncio para a cerveja, o qual serviu para De Marco adjetivá-lo elogiosamente de “canalha”. O mecanismo de pressão de De Marco reativa o juízo ético de Buja sobre as estratégias publicitárias e de promoção de vendas. A negativa de Buja a essa atividade cria a ação conflituosa do texto.

O fato de Buja abrir mão de um salário de 20 milhões era visto, por Cremilda e Teresa, como loucura. Teresa nota que Buja teve alto padrão de consumo pelas roupas e pelos objetos que possui. Para Cremilda e Teresa, que buscam inserção nesse padrão,

⁴ Idem, ibidem, p. 9.

a escolha de Buja representa insanidade. Há para Cremilda um descompasso entre sua realidade e a opção de Buja; destarte, sua inconformidade não pode ser separada, em sentido profundo, com certa conduta ordinária necessária ao capitalismo. Esse é o motivo mais forte para que Cremilda represente, com efeito, esta ordem estrutural: “Meu falecido marido passou vinte anos no funcionalismo carimbando uma cacetada de papel prá conseguir chegar a um ordenado de 1.300 bruto”⁵. São as condições sociais que a vida lhe impõe que induz as ações de Cremilda: em vez de reação e de crítica ao sistema, Cremilda adquire conformidade. A existência dessa personagem congrega não apenas uma visão individual, mas uma estrutura coletiva que penetra profundamente na consciência da classe média retratada por Vianinha.

Allegro desbum exprime um denso diálogo de Vianinha com seu tempo. Revela um grupo de pessoas deformadas pelo capital, reagindo a ele de formas diferenciadas. Teresa e Cremilda querem se inserir como consumidoras por meio do casamento; De Marco tenta ir para o *desbunde* em dado momento, todavia, não consegue abandonar seu estilo de vida; Ênia, a hippie⁶, que ao final retoma valores padronizados (vai embora para a Bahia, de carro com os pais, para trabalhar). A jovem Ênia, de 17 anos, é apresentada como uma hippie, lânguida, maravilhosa e calma. Ao final do enredo, Ênia vai ao apartamento de Buja para se despedir:

Assim como Teresa, Cremilda e De Marco, Ênia não tem um propósito revolucionário, não sonha com a transformação social e acaba sendo, como os demais, norteadada por uma estrutura social. Portanto, são seres humanos tão deformados pelo capitalismo que, sendo explorados, optam por continuar nas “engrenagens”. Vianinha expressa, em *Desbum*, uma consciência complexificada, pois as personagens comuns, marcadas pela situação em que vivem e vítimas das engrenagens, ao invés de heróis, representantes e líderes da massa, são antes, conformistas.

Buja resiste a esta sociedade que se torna um pesadelo para ele, dando um tom bastante peculiar a essa “resistência”. O problema de Buja se refere a uma velha discussão na qual ele estaria do lado dos que consideram os meios de comunicação uma

⁵ Ibidem, p. 12.

⁶ Além de Ênia em *Allegro Desbum*, Luca em *Rasga Coração* e Tuco na *Grande Família* aparecem na obra de Vianinha como personagens hippies. Sobre a contracultura em Vianinha conferir: PATRIOTA, Rosângela. *Op. Cit.*

função degenerativa para a sociedade⁷. O caráter criativo de Buja, seu talento, é usado principalmente para vender e para isso precisa tratar seu público como consumidores e como objetos a serem estimulados:

BUJA – Ô, DE MARCO, você não pode emprestar um dinheiro aí prá gente?

DE MARCO – Como é que é? A cigarra e a formiga? Vocês desbundam magnífico e eu trabalho? Na hora do aperto é dos carecas que vocês precisam mais, não é? Eu me sujando e a Estrela Dalva aí mantendo a pureza? Picas! (Francês) Piques! (Inglês) Paicas! Se quer dinheiro, trabalha prá mim! Então, se vira!⁸

O ressentimento de Buja se transforma em pânico ao saber que é quase impossível escapar a esse universo. Embora os atos de Buja sejam estúpidos no contexto geral da peça, e viciados em si mesmo, sem solução definitiva, são atos ultrajantes em relação ao sistema, ainda que por alguns momentos. Mas essa oposição é quase uma autodestruição, não apenas como pânico, mas por provocar mais isolamento ainda em relação àquilo que ele vem a atacar.

Em outras palavras, o que significa Buja se opor dessa forma à sociedade de consumo se ele não consegue dialogar com essa sociedade? Toda essa forma de isolamento provoca não apenas restrições na vida material de Buja, mas estranhamento das pessoas que o rodeiam, uma comunicação ineficaz e, portanto, uma oposição também ineficaz. Se Buja consegue ser eficiente em sua publicidade, não tem o mesmo desempenho como crítico dessa sociedade.

A resistência oferecida por Buja é a indiferença, mas os meios de comunicação de massa já haviam aprendido a lidar com a indiferença. É como se Vianinha dissesse que não é se isolando da realidade que se constrói a resistência, mas se apropriando desse meio de comunicação:

TERESA – (NEM TOMA CONHECIMENTO DA PROPOSTA) Que é que você faz na pomba da vida fora pensar que fez um grande gesto e se sentir uma estrela matutina?

[.....]

⁷ Para Umberto Eco no começo dos anos 1970, há por um lado os *apocalípticos* que advogam contrários aos meios de comunicação de massas e, por outro os *integrados* que vêm a indústria cultural de forma apologética. Cf.: ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1993.

⁸ VIANNA FILHO, Oduvaldo. *Allegro desbundaccio*, op. cit., p. 54.

BUJA – (*Vai ao banheiro*) ... não, menina, isso faz parte, isso acontece também... na verdade mesmo, eu larguei pra tomar café devagar, entende? Passar a manteiga no pão devagar, depois a geléinha, sem derrubar geléinha no dedo pro dedo não ficar grudento... pó, não tem água jamais nesse pardieiro?... (*Vem até a geladeira. Lava a cara e escova os dentes, com água da geladeira.*) ... larguei pra não viver mais com a cabeça cinco horas adiante...
[...]

O contexto social imediato dessa cultura que Vianinha viveu é dado pelos meios de comunicação. A modernização deles no Brasil é alvo de ampla discussão⁹. Esses meios desenvolvem dois papéis na situação em que Vianinha escreve *Allegro*: por um lado pode refletir a sociedade de consumo e o estatuto do poder econômico (Buja) a uma corrente de busca por inserção nos bens de consumo (Cremilda e Teresa). Por outro lado, Vianinha não descarta esses meios, pois por eles pode dialogar com um público maior no interior do processo.

Buja se intitula egoísta, opta por não ser mais publicitário, pois isso lhe causa náuseas. O protagonista de *Allegro desbum* vive uma crise existencial, uma situação particularmente dramática que exige de seu talento criativo uma camuflagem do real. O problema de Buja é lidar com a manipulação dos meios de comunicação. Ele realiza isso de forma competente e criativa, mas, não sendo dono desses meios, é impelido a promover bens materiais a qualquer custo:

BUJA – Mas eu fazia publicidade, companheira, dava uma boa mão... (*Tem ânsias*) Está vendo? Nem posso falar nisso ainda direito... sabe quanto se gasta de publicidade nos Estados Unidos, por exemplo? 20 bilhões de dólares. 20 bi! Bi de Bibi Ferreira! Metade do Produto Bruto Brasileiro de um ano! (*Tem ânsias*)... entende? (*Vai falar do banheiro pra se prevenir*)... cada ano um novo carro, nova geladeira, nova maçaneta pra porta nova calça novo batom, margarina mais cremosa; exércitos pra bolar novos modelos, exércitos pra fazer pesquisa, exércitos pra fazer espionagem industrial, tudo pra bolar um novo dentrífcio com listinha, é o famoso parto da montanha! Rios de dinheiro e as pessoas passando fome e miséria... demagógico eu, não?

⁹ Conferir os trabalhos: COSTA, Alcir Henrique; KEHL, Maria Rita e SIMÕES, Imaná. *Um país no ar: a história da TV brasileira em três canais*. São Paulo, Brasiliense/Funarte, 1986. MICELI, Sergio. O papel político dos meios de comunicação de massa. In: SOSNOWSKI, Saul e SCHWARTZ, Jorge (orgs.). *Brasil: o trânsito da memória*. São Paulo: EDUSP, 1994, p. 41-67. ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 2001 [1988]. RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *A história do seu tempo: a imprensa e a produção do sentido histórico*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996. (Dissertação de Mestrado em Comunicação). RIDENTI, Marcelo. Artistas e intelectuais no Brasil pós-1960. In *Tempo Social*, Revista de Sociologia da USP. São Paulo, 2005, p. 81-110.

lembro o velho PTB, não? ... 20 bilhões de dólares dá pra que? Por exemplo... dá pra construir casas pra todos os brasileiros... (*Tem ânsias mais fortes*) ... não dá pra falar muito nisso, eu te explico um dia, aos poucos, com um pinquinho na mão...¹⁰

O abandono do emprego por Buja provoca indignação da vizinhança, à exceção de Ênia. O afastamento do trabalho acompanha uma separação na vida afetiva, uma vez que Teresa almeja essa inserção. Nesse caso, sobretudo a partir de sua posição de “opositor”, a intervenção do publicitário Buja é determinante. Sozinho ele não dispunha de condições para contrapor-se ao sistema; conseguira apenas gerar um impasse na sua própria experiência social. O modelo desse indivíduo é o renunciante que entende que, para intervir no sistema, deve excluir-se de todas as vinculações que existiam, separar-se da vida tal qual é vivida por outros homens. Assim, Buja tenta se convencer de que é possível fazer outro tipo de publicidade, mesmo depois que renuncia a esse ambiente.

buja – ... em publicidade é possível fazer uma publicidade mais brasileira, menos americana, menos aristocrática: em vez de cavalo de raça, gente de smoking com cara de vômito, encher a tela de brasileiro que é qué qué mesmo... (grifos meus)11

7

A idéia da publicidade vem associada à alienação cultural no período. Daí o fato de que as “idéias vindas de fora” são alienantes, porque impostas à sociedade brasileira. A questão era colocada da seguinte forma: se a indústria cultural tendenciava para o produto estrangeiro, em especial o americano, logo, ela seria desnacionalizante. A perturbação de Buja em tornar a publicidade “mais brasileira” encontra bases na realidade sócio-histórica no Brasil dos anos de 1970¹². A ruptura com as relações desse tipo de trabalho e com as condições por elas impostas implica a renúncia de Buja não

¹⁰ VIANNA FILHO, Oduvaldo. *Allegro desbundaccio*, op. cit., p. 24.

¹¹ VIANNA FILHO, Oduvaldo. *Allegro desbundaccio*, op. cit., p. 76.

¹² Arnaldo Jabor assim revela dessa relação na década mencionada: “se bem que eu prefiro a pornochanchada brasileira a Tubarão, por exemplo. Eu prefiro que o Brasil seja povoado de pornochanchada e não tenha filmes estrangeiros desse tipo, que são muito mais perniciosos. [...] Veja só: um povo inteiro, milhões e milhões de pessoas vendo um tubarão comer um sujeito, lá na costa dos Estados Unidos, um negócio inteiramente absurdo, irreal, malfeito, burro, etc. E o povo brasileiro assistindo àquele troço, como se aquilo fosse a essência da vida, das artes... É muito trágico isso [...] Eu acho que o que está acontecendo no Brasil é um genocídio cultural, psicológico, etc... A consciência está sendo morta a pauladas. [...] E ninguém se dá conta disso...” Cf.: JABOR, Arnaldo. Em entrevista à revista MAIS, n. 35, p. 90 e segs. APUD: VIEIRA, R. A. Amaral. *Alienação na Comunicação – o caso brasileiro I*. In: VIEIRA, R. A. Amaral (org.). *Comunicação de massa, o impasse brasileiro*. Rio de Janeiro: Forense, Universitária, 1978, p. 86. (Reflexões do autor produzidas em 1976).

apenas ao capitalismo, mas à trama da existência humana. Isolado, Buja não dispõe de forças para intervir no funcionamento desse sistema de valores. Ao optar por esse posicionamento, essa personagem representa um modelo ao qual Vianinha se opõe: o isolamento do indivíduo que define seu modo de vida fora do âmbito da vida social, premissa contrária às opções coletivas derivadas do enraizamento político de Vianna Filho.

Durante a ditadura militar, sobretudo no período referente ao “milagre econômico”, o Estado atuou como importante colaborador da indústria cultural. O crescimento da televisão, em especial a Rede Globo, dos jornais impressos, do setor de editoração de livros e produção de discos, enfim dos bens de consumo de maneira geral, impulsionaram grandes transformações econômicas e sociais, mesmo que 1964 tenha marcado certa inflexão no ritmo do processo de industrialização. De acordo com Fernando Novais e João Manuel Cardoso de Mello a impressão de progresso de 1964 a 1979 marca uma idéia errônea de continuidade no processo acelerado de modernização que só será sentido na década de 1980¹³.

Depreendem-se desse quadro que o acelerado processo de industrialização e urbanização nesse período criou amplas oportunidades de investimento no sistema bancário, nas indústrias nacionais de bens de consumo, na indústria de construção civil, na indústria automobilística, nas comunicações, tornando-se cada vez mais complexas as formas de atuação nesse desenvolvimento, marcadas pela dubiedade entre a *infiltração* do intelectual e sua cooptação pelos meios de comunicação de massa¹⁴.

¹³ MELLO, João Manuel Cardoso de e NOVAIS, Fernando A. Capitalismo Tardio e Sociabilidade Moderna. In: SCHWARCZ, L. M. (org.). História da Vida Privada no Brasil. Vol. 04. São Paulo: Cia das Letras, 1998, p. 559-658.

¹⁴ A idéia aqui é inspirada do artigo onde ultrapassa a dicotomia entre a mídia como instrumento e a mídia como instrumentalização. A maneira como o intelectual articula e produz uma prática de atuação não pode ser analisado como se o intelectual visse apenas a mídia como instrumento de atuação para divulgação de suas idéias, logo se “infiltraria” no meio de comunicação, nem por outro lado deve ser vista como se a mídia fosse cooptadora desses intelectuais num processo de passividade dos mesmos; deve-se levar em conta a mediação desses componentes. Cf.: SACRAMENTO, Igor; SILVA, Marco Antonio Roxo da, RIBEIRO, Ana Paula Goulart. O PCB e a modernização midiática: propostas para a análise das relações entre comunistas e a televisão nos anos 1970. Em Questão. Porto Alegre. Vol. 15, n. 2, jul/dez 2009, p. 65-80.

A interpretação de cooptação foi dada por Carlos Nelson Coutinho para quem “A indústria cultural monopolista aparece como um novo e poderoso meio de cooptação dos intelectuais pelo sistema de dominação, do qual esta indústria cultural é hoje peça de destaque.” COUTINHO. Carlos N. Cultura e Sociedade no Brasil: ensaios sobre idéias e formas. Rio de Janeiro: DP&A, 2000, p. 72.

Vianinha em *Allegro Desbun* delinea o perfil de um intelectual¹⁵ marcado por uma conjuntura complexa que o torna passível de posições ambíguas. O golpe de 1964 e a intensa modernização econômica ocorrida sob a ditadura colocaram aos intelectuais a necessidade de se posicionar de um lado a favor muitas vezes da própria subsistência e de outro pelo isolamento em crise com uma indústria cultural cada vez mais acelerada.

O problema do personagem principal é realmente sério. Um problema que aflige o intelectual da classe média brasileira. A preocupação da inocuidade da sua ação no contexto social é muito importante para o personagem. Ele, que é a espinha dorsal da peça, apresenta uma variedade de motivações e de conscientização, uma variedade de emulações, de necessidades, em que pode parecer incoerente e cheio de contradições¹⁶.

O embate individual de Buja contra o sistema, representado pelos meios de comunicação, sugere um projeto fracassado e uma avaliação melancólica da situação. Buja é a alegoria da classe média que teria para Vianinha a possibilidade de dar/produzir o “salto”, mas não o faz.

Viver já não é uma coisa natural; hoje, é necessário um enorme desgaste de energia para realizar esta coisa aparentemente simples, pois a sociedade está tão de cabeça para baixo que, em certas situações, é preciso ser anormal para ser normal. Em ritmo de vaudeville, eu quis falar sobre a contradição de participar e negar este mundo feito para uma elite consumidora¹⁷.

As concessões que a classe média foi assumindo com e ao longo da ditadura militar no Brasil indicam que ela não consegue dar o passo além no processo de crítica.

Sobre a questão do teatro na década de 1970 e as posições dos intelectuais frente a esta conjuntura e as relações comerciais interpretativas advindas destas, conferir: PATRIOTA, Rosângela. Notas sobre a História e a Historiografia do Teatro Brasileiro dos Anos 1970. Disponível em: <http://www.portalabrace.org/vcongresso/textos/teorias/Rosangela%20Patriota%20-%20NOTAS%20SOBRE%20A%20HISTORIA%20E%20A%20HISTORIOGRAFIA%20DO%20TEATRO%20BRASILEIRO%20DOS%20ANOS%201970.pdf> Acesso em maio de 2011.

15 Nos termos de Michael Löwy “os intelectuais não são uma classe, mas uma categoria social; não se definem por seu lugar no processo de produção, mas por sua relação com as instâncias extra-econômicas da estrutura social”, compreendido por “escritores, artistas, poetas, filósofos, sábios, pesquisadores, publicistas, teólogos, certos tipos de jornalistas, estudantes e etc.” LÖWY, Michael. A Evolução Política de Lukács: 1909-1929. São Paulo: Cortez, 1998, p. 25-26.

16 THEREZA, Francisca. *Allegro Desbun e os Costumes Cariocas*. ENTREVISTA A JOSÉ RENATO. *O Jornal*, Rio de Janeiro. Terça-feira, 31 de Julho de 1973.

17 VIANNA FILHO, Oduvaldo. Entrevista. Vianinha, a difícil arte de viver. Da Surcusal do Rio. *Folha de S. Paulo*. Primeiro Caderno. 18 de Agosto de 1973, p. 36.

Antes do golpe de 1964, a classe média era criticada sem maiores mediações, pois se — venderia ao capital estrangeiro, tanto em Bilbao quanto na *Mais Valia vai Acabar, seu Edgar* na oposição entre capitalistas e desgraçados. No entanto, na década de 1970 a análise de Vianinha se associa aos impasses do intelectual mediante o mercado, às expectativas de quem almejava uma publicidade mais nacional, como Buja, e que, parece, não tiveram ressonância, provocando o isolamento da personagem.

É uma festa de desencontros, uma festa pirotécnica, uma festa alegre, tensa e angustiada. É uma comédia aflita, nervosa, agitada como a vida nos dias atuais. Os atores entram e saem do palco sem razão aparente. Como um cachorro atrás de seu próprio rabo, como o homem moderno gira em torno de suas angústias¹⁸.

Em *Allegro Desbundaccio* é possível rir do escracho de Buja ao colocar o traseiro na janela do apartamento como seu último gesto de contestação ao mesmo tempo em que rimos com os reveses na trajetória de Protético. Há, todavia, no malogro da vontade, um afastamento entre sujeito e o objeto do qual se ri, onde as pequenas “tragédias” se revelam cômicas. Por outro lado, a comicidade de Buja, gera um riso cinza, e, por isso, os efeitos de comicidade, de Buja e Protético, são bastante distintos.

particularmente dramática a situação da pessoa que, num país subdesenvolvido, precisa empregar seu talento criativo para promover e vender piscinas particulares, cemitérios privativos, cartões de crédito, apartamentos com vidros fumê e carros último tipo¹⁹.

Retomar Martins Pena e a comédia de costumes como crítica social tem um significado especial nesse contexto, uma vez que são as elites motivos de ridicularização da comédia de costumes. Ao invocar a herança dramática de Martins Pena, Vianinha reporta a um riso provocado pela crítica de costumes e valores, que em seu contexto toma a dimensão de crítica ao isolamento da classe média.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BASTOS, E. R.; RÊGO, W. D. L. A moralidade do compromisso. In: _____. *Intelectuais e Política: a moralidade do compromisso*. São Paulo. Olho d'água, 1999.

¹⁸ Idem.

¹⁹ Idem.

França, Bárbara Heliodora. Nova classe média ou Novo Proletariado? *São Paulo em perspectiva*, v. 8, n.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1993.

COSTA, Alcir Henrique; KEHL, Maria Rita e SIMÕES, Imaná. *Um país no ar: a história da TV brasileira em três canais*. São Paulo, Brasiliense/Funarte, 1986.

SOSNOWSKI, Saul e SCHWARTZ, Jorge (orgs.). *Brasil: o trânsito da memória*. São Paulo: EDUSP, 1994.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 2001 [1988].

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *A história do seu tempo: a imprensa e a produção do sentido histórico*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996. (Dissertação de Mestrado em Comunicação).

RIDENTI, Marcelo. Artistas e intelectuais no Brasil pós-1960. In *Tempo Social*, Revista de Sociologia da USP. São Paulo, 2005, p. 81-110.

VIEIRA, R. A. Amaral (org.). *Comunicação de massa, o impasse brasileiro*. Rio de Janeiro: Forense, Universitária, 1978, p. 86. (Reflexões do autor produzidas em 1976).

MELLO, João Manuel Cardoso de e NOVAIS, Fernando A. Capitalismo Tardio e Sociabilidade Moderna. In: SCHWARCZ, L. M. (org.). *História da Vida Privada no Brasil*. Vol. 04. São Paulo: Cia das Letras, 1998, p. 559-658.

SACRAMENTO, Igor; SILVA, Marco Antonio Roxo da, RIBEIRO, Ana Paula Goulart. O PCB e a modernização midiática: propostas para a análise das relações entre comunistas e a televisão nos anos 1970. *Em Questão*. Porto Alegre. Vol. 15, n. 2, jul/dez 2009, p. 65-80.

COUTINHO, Carlos N. *Cultura e Sociedade no Brasil: ensaios sobre idéias e formas*. Rio de Janeiro: DP&A, 2000, p. 72.

PATRIOTA, Rosangela. *Notas sobre a História e a Historiografia do Teatro Brasileiro dos Anos 1970*. Disponível em: <http://www.portalabrace.org/vcongresso/textos/teorias/Rosangela%20Patriota%20-%20NOTAS%20SOBRE%20A%20HISTORIA%20E%20A%20HISTORIOGRAFIA%20DO%20TEATRO%20BRASILEIRO%20DOS%20ANOS%201970.pdf> Acesso em maio de 2011.

THEREZA, Francisca. Allegro Desbun e os Costumes Cariocas. ENTREVISTA A JOSÉ RENATO. *O Jornal*, Rio de Janeiro. Terça-feira, 31 de Julho de 1973.

VIANNA FILHO, Oduvaldo. Entrevista. Vianinha, a difícil arte de viver. Da Sarcusul do Rio. *Folha de S. Paulo*. Primeiro Caderno. 18 de Agosto de 1973, p. 36.

VI Simpósio Nacional de História Cultural
Escritas da História: Ver - Sentir - Narrar
Universidade Federal do Piauí - UFPI
Teresina-PI
ISBN: 978-85-98711-10-2

WILLIAMS, Raymond. Tragédia Moderna. São Paulo: Cosac & Naif, 2002.