

***Caminho de volta*: uma análise semiológica do espaço dramático**

Caminho de volta: a semiological analysis of the dramatic space

Mariana de Oliveira Arantes¹

Resumo: Este trabalho objetiva apresentar uma análise do texto dramático *Caminho de volta* (1974), de Consuelo de Castro, com ênfase no espaço dramático. A semióloga Anne Ubersfeld (2005) categoriza a leitura e compreensão do lugar cênico em três instâncias; empregamos essas etapas organizativas na obra literária, a fim de verificar a função do espaço dramático (PAVIS, 2008) na construção da fábula consueliana.

Palavra-chave: Consuelo de Castro; dramaturgia brasileira; espaço dramático.

Abstract: This paper aims to present an analysis of the play *Caminho de volta* (1974) by Consuelo de Castro, with emphasis in dramatic space. The semiologist Anne Ubersfeld (1974) categorizes reading and comprehension of the scenic place in three instances; we use these organizational steps in the literary work in order to check the role of dramatic space (PAVIS, 2008) in the construction of the fable consuelian.

Keywords: Consuelo de Castro; Brazilian dramaturgy; dramatic space.

PRIMEIROS CAMINHOS DE ANÁLISE

Caminho de volta é uma dramaturgia de autoria de Consuelo de Castro escrita em 1974. As duas primeiras peças escritas pela autora foram *Prova de fogo*, de 1968, que nesse mesmo ano foi censurada, e *À flor da pele*, escrita e encenada em 1969. Até o ano de 1974, o único

¹ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos Literários FCLAr/UNESP. Bolsista FAPESP. Pesquisa atualmente as configurações de espaço na dramaturgia de Consuelo de Castro. E-mail: m.arantes@unesp.br

texto de Castro representado nos palcos foi *À flor da pele*. A autora, perante as adversidades em criar para o teatro no período da ditadura militar brasileira, distancia-se da produção dramaturgica e profunda em seu trabalho na publicidade. Após, portanto, alguns anos longe da escrita ficcional, Consuelo de Castro retorna com a publicação e a encenação de *Caminho de volta*.

Encenada pela primeira vez em 1975, *Caminho de volta*, constituída por três atos, foi escrita em um dos momentos mais incisivos e violentos da ditadura militar brasileira. Sob o governo de Ernesto Geisel, que defendia a reabertura para uma democracia liberal, mas respondendo às arbitrariedades do ditador governante anterior, a obra dramática, de acordo com Castro (2009, p. 44), tem por objetivo fazer um deboche frente ao dito “milagre econômico”. A obra é, nesse sentido, fortemente embasada na política econômica do militar ditador Emílio Médici, governo instaurado entre 1969 e os meses iniciais de 1974 (MACHADO, 2010). Durante esse período, sob a prerrogativa de recuperar os retrocessos econômicos dos períodos anteriores, Médici investe em capital externo e seu governo se torna conhecido pelo emblema do “milagre econômico”.

Tal escolha política é um aspecto datado na história brasileira, mas que gera ainda hoje reflexos no país. A política de Médici promete avanço, mas retrocede, resultando em concentração de renda e em uma dívida externa bilionária ao país². Para a dramaturga, o ambien-

² A realidade econômica ante o dito “milagre” econômico é analisada e esclarecida em diversos estudos, dentre os quais a monografia de Marcelo Machado (2010, p. 17): “Esta concentração de renda que se deu em benefício dos lucros e salários mais altos em detrimento dos salários mais baixos, fundamenta a tese de que o período do ‘milagre’ beneficiou principalmente apenas uma parte reduzida da população, justamente aquela consumidora de

te ideal para abordar o tema é uma agência de propaganda; e a personagem ideal para a situação dramática é o chefe da agência de propaganda prestes a falir. Consuelo de Castro traz, portanto, um forte diálogo com o contexto pessoal e social da época. A peça teatral apresenta cinco personagens, trabalhadores de uma equipe publicitária: Cabecinha, Marisa, Nildo, Dr. Gomes, o patrão da equipe, e Nandinho QI, um contato do grupo. As ações dessas personagens acontecem no seguinte cenário: “Sala de criação de uma agência de publicidade. Asséptica. Linhas retas. Modernidade absoluta” (CASTRO, 1989, p. 185).

O título da peça, *Caminho de volta*, não remete ao caminho em frente, mas ao percurso do retorno. Cabe, então, questionarmos o quê ou quem executa o ato de retornar. A ideia de um caminho que não avança é possível colocarmos em paralelo com o ‘milagre econômico’; por ser esse um programa que busca avançar, mas resulta em passos atrás à nação. Com isso, analisamos os percursos empreendidos pelas personagens, pois evidenciam que elas sofreram reviravoltas e retornos em suas jornadas, principalmente, devido ao fato de a peça abordar as implicações econômicas e os jogos de poder frente ao capital. Tais abordagens se sobressaem a partir do levantamento e do estudo do espaço dramático.

Assim, no primeiro ato da peça, as personagens são apresentadas pelos dizeres de Cabecinha e Marisa; por meio dos diálogos delas, o leitor conhece a relação dos empregados com o patrão da agência e também a situação econômica desta empresa. No segundo ato, a intriga se solidifica, pois as disputas entre as personagens ficam mais

bens de consumo duráveis, cujos setores produtores foram os mais dinâmicos do período.”

evidentes. Há tentativas de produzir uma campanha que garanta a sobrevivência da empresa. Contudo, diferente da personagem Marisa, empenhada em assegurar o emprego, Nildo, apesar da confiança pelo chefe nele depositada, está em crise. A personagem Cabecinha, por sua vez, sempre recupera no discurso a vontade de sair daquele emprego, mudar de agência ou até mesmo país. Já na concepção de Marisa, as atitudes daquelas duas personagens são problemáticas, pois reforçam a possibilidade de a empresa falir.

Para Marisa, a possibilidade de falência da empresa é desesperadora. Ela é quem tenta fortalecer e animar a equipe para que sigam todos produzindo. A personagem Marisa defende seu emprego na publicidade, pois por meio dele ela ascende financeiramente. O emprego na agência do Dr. Gomes representa a saída de um bairro humilde e conservador para viver em um local no qual se sente mais confortável e livre. O drama, portanto, mesmo que explore as disputas financeiras, marca também como a ascensão ou a tentativa de ascender reverbera nos sujeitos. Todas as personagens revelam o lado ‘obscuro’ do ser em prol da manutenção de uma riqueza, como no caso da personagem Dr. Gomes, ou em prol de alcançar determinado prestígio econômico. Já no último ato, temos a resolução do conflito, marcando ao longo dele se de fato as personagens irão progredir no âmbito trabalhista ou se farão o retorno, se irão percorrer o caminho de volta.

A CONSTITUIÇÃO DO ESPAÇO DRAMÁTICO

Após dispormos das ações principais segmentadas nos três atos de *Caminho de volta*, considera-se outro elemento essencial na obra

dramática. De acordo com Sonia Pascolati, no texto “Operadores de leitura do texto dramático”, o espaço é um desses elementos. Esse critério teatral quando analisado na obra de Castro é conduzido pela linguagem teatral, ou seja, fala-se do espaço extracênico, do espaço dramático (PAVIS, 2008), e não do espaço mimético (PASCOLATI, 2009), com o qual os espectadores se deparam visualmente. Em nosso estudo, empregamos o termo espaço dramático para mencionar a composição da obra literária. Assim, na peça de Consuelo de Castro, o espaço dramático, construído primeiramente na imaginação do leitor, não extravasa as quatro paredes da agência publicitária, as personagens estão sempre alocadas neste território de trabalho.

Os empregados subordinados ao chefe Gomes são homens e há apenas uma mulher na agência. Desenvolvendo trabalho como redatora, Marisa está há pouco tempo nesse emprego. Isso contribui para que realize ações que a possam favorecer dentro desse local de constante disputa entre os demais empregados e também contra outras empresas publicitárias. Ou seja, é um espaço que oprime em dois âmbitos; primeiro, localmente as personagens estão restritas e, segundo, estão restritas enquanto trabalhadoras, precisam responder ao capital. E, ao retomarmos à personagem Marisa, ela responde triplamente às opressões que são expressas na peça de Castro, responde ao espaço e aos contextos de classe e de gênero.

Analisar a obra dramática com base nas noções de espacialidade é verificar nas didascálias externas e internas³ as concepções de lugar cênico. Na perspectiva da semioticista Anne Ubersfeld (2005), o lu-

³ Anna Ubersfeld (2005) caracteriza as didascálias internas como as marcações referentes ao tempo, espaço ou ação que aparecem no interior dos diálogos.

gar cênico é onde se concretiza o espelhamento das indicações textuais; a pesquisadora esclarece ser o local onde sempre se imita algo, porém não ocorre a transposição dos espaços reais para o palco, mas a imagem feita das relações de espaço em sociedade. Na perspectiva da teoria semiótica, o signo cênico é um ícone, que tem por objetivo tornar o universo cênico espacializado. No entanto, como a proposta de análise é literária, pode-se dizer que o ícone torna o universo dramático espacializado. E é nesse espaço construído pelas marcas textuais que as estruturas se tornam significantes.

A fim de facilitar a percepção e análise da espacialidade, Ubersfeld sistematiza os campos semiolexicais em três momentos. As segmentações empreendidas no texto dramático consistem em: 1º momento - é preciso especificar tudo o que possa ser comparado a determinação de lugar; 2º momento - realizar um levantamento não mais lexical, mas sim semântico-sintático das determinações e complementos de lugar; 3º momento - especificar uma lista voltada para os objetos. Tal segmentação possibilita perceber qual uso Consuelo de Castro faz do espaço dramático em *Caminho de volta*, resultando na composição desse espaço a contribuir ou não com as ações das personagens. E, por consequência, no estudo da fábula dramática por completo. Posto isso, destacamos a sistematização dos campos lexicais do texto de Castro.

No primeiro instante de análise, segmenta-se as determinações de lugares, presentes na obra, sem distinção alguma; entre parênteses, estipulamos a quantidade de vezes que os termos são empregados no texto: agência (10); laboratório (5); sala de criação (3); casa (17); apartamento (3); ambiente (1); hospício (3); boate (1); consultório (1); Stúdio (2); Cursilho (6); sala (5); hípica (3); bar (2); casinha (1);

salão (1); cinema (1); escritório (3); banheiro (2); garçoniere (2); bordel (1); igreja (1); túmulo (1); auditório (1); Penha (19); Fotocópia (9); praça (1); loja (1); fábrica (1); Mackenzie (1); Avenida Higienópolis (1); Jardim Europa (1); Caixa Econômica Federal (2); Alcântara (3); campo de concentração (1); oficina (1); Orlandia (3); Londres (2); rua (2). Os espaços dramáticos listados aparecem na peça teatral na fala das personagens e também nas rubricas.

No nível geográfico, localiza-se a agência publicitária do Dr. Gomes na cidade de São Paulo; além disso, são mencionados Londres, a cidade de Orlandia e a empresa publicitária concorrente: Alcântara; restrito à cidade, os bairros da Penha, Jardim Europa, e a Avenida Higienópolis. As espacialidades Caixa Econômica Federal e Mackenzie também são termos que localizam o drama no Brasil e fazem um recorte de classe. Os demais termos são localidades gerais, podendo ser encontradas em diferentes cidades ou países. Essa percepção dos espaços mencionados ou vivenciados pelas personagens demonstra quais locais mais ponderaram no drama.

Nesse sentido, as menções aos ambientes da agência publicitária predominam, mas as personagens fazem menção também ao espaço da casa e sinalizam o bairro Penha constantemente. No momento em que as personagens mencionam termos referentes ao escritório, como: agência, laboratório, sala de criação e escritório, elas estão agindo nesse ambiente, é o espaço dramático da ação correlato ao instante de enunciação⁴ da personagem. Por outro lado, ao sinalizar o bairro

⁴ Com base no verbete de Patrice Pavis, “enunciação teatral – discurso central e discurso da personagem – a enunciação é assumida em dois níveis essenciais: aqueles dos discursos *individuais* das personagens, e o nível do discurso *globalizador do autor* e da equipe de encenação. Esta primeira ‘desmultiplicação’ camufla a origem da fala no teatro e faz do discurso um

ro Penha e a ideia de casa, assim como o termo correlacionado: apartamento, e os cômodos: sala e banheiro, as personagens não estão nesses espaços dramáticos, eles são apenas enunciados, um aspecto rememorativo no discurso da personagem.

Quando o espaço da casa é mencionado em *Caminho de volta*, a relação que se estabelece é com a personagem Marisa, ela é quem recorda de sua casa familiar onde morava antes de se tornar empregada na agência. A personagem Marisa, única personagem mulher, discorre também acerca das distinções entre o lar, que mora no instante de ação da peça, e o que abandonou, a casa de seus pais com quem o irmão também mora. Nessa comparação, Marisa, ao dialogar com a personagem Cabecinha, detalha os dois ambientes, tanto no aspecto estrutural, frisando ser a casa no bairro Penha uma morada periférica, quanto no sentimento de liberdade e conforto vivenciado na segunda casa.

MARISA: [...] Tem uns móveis que nem esses aqui, tudo retinho... me sinto tão bem lá, Cabeça! Sabe que eu combinei com a Vera? Quando acabar a campanha de cigarro, aí eu vou ter tempo pra ir ver o resto da decoração com ela. A gente vai até uma loja onde tem essas coisas que não servem pra nada, sabe? Mola, pano de prato com água dentro... E vamos comprar uma porção desses troços pra alegrar a casa. Puxa, Cabeça, quando eu entro lá e não vejo a figura do meu pai sentado eternamente naquela cadeira de balanço... e não vejo o Beto, chegando da oficina igual um cavalo, sempre morto de fome, sempre gritando no ouvido de minha mãe –“Velha, cadê a bóia?”... Ufa, é um alívio (CASTRO, 1989, p. 195).

A indicação ao bairro Penha também diz respeito à personagem Marisa. A saída desse bairro, ao iniciar o trabalho na agência, torna Marisa alvo das implicações feitas por Cabecinha:

campo de tensões entre duas tendências opostas: uma tendência a apresentar discursos autônomos, miméticos e característicos de cada personagem em função de sua situação individual” (PAVIS, 2008, p. 102).

MARISA: (*Irritada*) Uso a roupa que eu quero!

CABECINHA: Larga de ser cafona!

MARISA: Que é que tem de cafona em mim?

CABECINHA: Publicitária tem que andar com outra roupa e outra cara.

MARISA: Eu ainda não sou publicitária. Não esquece que eu sou da Penha.

CABECINHA: Não vejo nenhuma glória nisso. E não vejo porque ficar mostrando o tempo todo que se é da Penha.

MARISA: Pare de me agredir (CASTRO, 1989, p. 189-190).

Marisa não omite ser da Penha, porém sempre que menciona essa localidade de seu passado é motivo de deboche por parte, principalmente, de Cabecinha. Penha é um dos bairros mais antigos da cidade de São Paulo e conhecido por suas inúmeras igrejas, o que emprega uma conotação religiosa e conservadora ao local. Por isso, o humor estereotipado feito por Cabecinha ao longo do drama.

No segundo ponto norteado por Ubersfeld (2005), a respeito das noções semântico-sintáticas, percebem-se os limites nos quais as personagens funcionárias da agência estão; com esses termos, notamos as movimentações delas como também o sentimento em relação à agência a partir de falas como: “morando aqui dentro” (p. 194) e “estar trancado aqui” (p. 204). No que tange ao levantamento dos termos, distinguimo-los em duas colunas:

Noções semântico-sintáticas que expressam movimento	Noções semântico-sintáticas que expressam imobilidade
Pelo biombo; saindo do laboratório; vai lá pra dentro; enfiar minhocas na minha cabeça [localização afetiva]; pôs nesta firma; eu entro lá; lá em casa; te vi entrar; com a bola na parede; entrando em casa; bolinha na parede; sai de cena; olhando	Fora do biombo; tô morando; morando aqui dentro; outro ambiente; embaixo de carros; em cima da mesa; estar trancado aqui; senta-se numa poltrona; contra a parede; sobre a máquina; na gaveta; sobre ele; no armário; teu lugarzinho; a

<p>na janela; bate na porta; saindo do laboratório; sai correndo ao banheiro; vou pra Alcântara; vai me levar pra lá.</p>	<p>casa vazia; no lixo do cliente; ficam na agência; ameaça sair; aceitou ficar aqui; nem um minuto mais aqui.</p>
---	--

As estruturas semântico-sintáticas determinam lugares e complementos de lugares; em nosso estudo, defendemos o fato de que as determinações a expressarem movimentos, ação de um lugar a outro, é devido ao gênero dramático. Isto é, são marcas recorrentes nas rubricas, mostrando os gestos feitos pelas personagens nos espaços dramáticos. No entanto, esse levantamento mostra ainda ações estanques, reforçando o ambiente, escritório publicitário, no qual as personagens estão alocadas. Ao não saírem desse espaço, e em constante trabalho sob pressão, as personagens extrapolam uma convivência apenas entre colegas de serviço para discutirem questões subjetivas de cada uma das personagens.

Todas as personagens, em determinado momento, discutem seus problemas pessoais, mas Marisa e Cabecinha detêm-se mais tempo nessa articulação. Em um recorte das vivências violentas de Marisa sofridas na agência, ela e Cabecinha estão em diálogo a respeito da classe social que Marisa almeja abandonar e dos aspectos machistas da casa de sua família. Cabecinha se contrapõe ao que a outra personagem afirma, mostrando características machistas em suas próprias atitudes:

CABECINHA: (*Fingindo-se de sério*) Você traiu a classe!

MARISA: Pô, Cabecinha, você mesmo **foi lá em casa**, você até brigou com o Beto, você não acha o Beto insuportável com aquele machismo dele? E...

CABECINHA: Teu irmão é um saco! Eu sei disso, só o fato de ele querer me fazer casar com você, na marra, já dava pra eu achar ele um saco até o final dos meus dias. Mas pô, Marisa, que você queria? Pobre, da Penha, mecânico de oficina, noivo de uma guria feia, burra,

sem graça... só podia ser assim, deixa o Beto pra lá. É a Penha. **Aqui-lo é um hospício**. Um lixo (CASTRO, 1989, p. 195-196, grifos nossos).

Nesse diálogo das duas personagens, percebe-se que antes de trabalhar para a agência publicitária e morando ainda no bairro Penha, Marisa sofria diversas opressões dentro da casa familiar, principalmente, violências machistas empreendidas pelo irmão Beto. O trecho destaca um dos momentos de retomada ao passado de Marisa, e com ele evidenciamos que tanto na agência, demonstrando independência financeira, quanto na casa de sua família, Marisa está sempre subjugada a atos de violência. Como mulher, os ambientes retratados e mencionados em *Caminho de volta* retratam opressões. A personagem Marisa não se vê livre para realizar as próprias escolhas e quando o faz é vítima de represálias. Ainda assim, a agência publicitária é o ambiente ao qual Marisa se atrela para obter uma vida diferente a que levava no bairro Penha.

Na terceira e última ação empreendida por Ubersfeld (2005), a análise semiológica do espaço implica a composição de uma lista de objetos mencionados no texto dramático. Os objetos podem ser mencionados pelas personagens e/ou manuseados por elas. A fim de delimitar essa aparição no texto *Caminho de volta*, dividimos a listagem dos objetos presentes na obra nos seguintes pontos: objetos referentes ao escritório publicitário – objetos referentes à casa.

Lista de objetos do escritório publicitário	Lista de objetos da casa
Fotos; relógio; máquina; telefone; prancheta; Nikon; cigarros; caderneta; bola; lápis; cartão de crédito; shampoo; computador; poltrona; porta; engov; gaveta; escada; Blusa; revista; livros; lata de lixo; Philips; tecidos; vestido de voile; foto; corda; casaco; cama; cílio; espelho; Bíblia; telefone; carteira de trabalho; relógio de ponto.	Batedeira; geladeira; móveis; televisão; eletrodomésticos; liquidificador; mola; pano de prato; moedor de carne; sofá; tv; quadro; lingerie; eletrodomésticos; sacolas de massa de tomate; Bombril; coador de café; soutiens; calcinhas; aliança.

Constitui maioria os termos mencionados e usados no espaço do escritório. Evidentemente, os locais extracênicos, como a casa de Marisa em *Caminho de volta*, têm uma existência apenas verbal, portanto, quando esses objetos são mencionados pelas personagens, elas estão ocupando o espaço do escritório. Porém, por vezes, na alusão ao espaço da casa, tais objetos são mencionados, a fim de compor com mais detalhes esses ambientes somente enunciados. A respeito dos objetos listados na primeira coluna, a maioria é usada em interação com as personagens. Outros objetos surgem situados apenas no discurso de uma delas, sem ser manuseado, por exemplo, os objetos: corda, cama e Bíblia. É interessante, portanto, observar a contribuição que os objetos empregam ao texto dramático antes mesmo de ir à cena, pois eles detalham o cômodo de ação e também contribuem para as características das personagens.

A personagem Marisa é quem traça essa interligação com o ambiente doméstico. Em umas de suas falas, ao marcar sua nova residên-

cia em relação a anterior, Marisa exalta o fato de compor a casa com móveis “sofisticados”, semelhante ao modo da agência publicitária e de organizá-la ao seu modo.

Marisa: [...] Tem uns **móveis** que nem esses aqui, tudo retinho... me sinto tão bem lá, Cabeça! Sabe que eu combinei com a Vera? Quando acabar a campanha de **cigarro**, aí eu vou ter tempo pra ir ver o resto da decoração com ela. A gente vai até uma loja onde tem essas coisas que não servem pra nada, sabe? **Mola, pano de prato com água dentro...** E vamos comprar uma porção desses troços pra alegrar a casa (CASTRO, 1989, p. 195, grifos nossos).

No discurso de Marisa essa distinção entre as duas localidades é marcada, pois ela inicia citando a qualidade e a ordem dos móveis da nova casa, estipulando objetos inúteis que devem alegrar a morada e, na sequência de sua fala, traz o relato da localidade antiga, citando móveis corriqueiros: cadeira de balanço e televisão, circunscritos por termos de desprezo e de desgaste. O emprego como redatora proporcionou à Marisa a saída da casa no bairro Penha, ambiente que ela relaciona com a violência e opressão. Contudo, Marisa já não vivencia esse espaço decadente, agora ela ‘praticamente’ mora no serviço - sem considerar a problemática dessa situação - e constrói para ela um outro sentido de lugar. A mudança social calcada em Marisa é um reflexo do dito milagre econômico à época, mas que se mostra falho.

Por esse motivo, a ameaça de falência da empresa é razão para os gritos e irritações expressas por Marisa. Comparado aos demais empregados, homens, ela é a única sem outro plano caso a falência ocorra. Sem esse emprego, Marisa apresenta chances de efetuar o caminho de volta, retornar aos locais onde suas vivências como mulher se restringem. O medo do retorno obscurece, na percepção da personagem Marisa, as violências que ela também sofre dentro da agência publicitária, o que leva a personagem a defender o sistema e o pa-

trão: “Ele sempre foi tão bom pra vocês. Seus egoístas! Insensíveis! Impiedosos! Algum dia ele deixou de pagar o salário de vocês? Alguém tem que ajudar esse homem! E me digam o que que eu faço se a agência falir! Eu odeio falências!” (CASTRO, 1989, p. 211).

A personagem Cabecinha, ao contrário de Marisa, demonstra desagrado em relação ao emprego na agência desde o primeiro ato. Em suas falas, ele ressalta a possibilidade de ser empregado em outra empresa do ramo e ser mais valorizado como profissional. Além disso, em alguns momentos, Cabecinha tenta convencer Marisa a pedir demissão e a se mudar com ele para Londres. Os discursos daquela personagem reforçam uma vontade de sair do espaço da agência de publicidade do Dr. Gomes; Cabecinha verbaliza o desejo de ir para outra empresa ou outro país, mas ao longo dos três atos suas falas são apenas ameaças, não se concretizam. Desse modo, a linguagem é o que possibilita o transporte geográfico, a menção aos outros espaços, mas sem sair do escritório publicitário.

Restritos ao ambiente de trabalho, os incômodos e as inseguranças de cada personagem vêm à tona. O impasse geral da empresa, que afeta a todos os funcionários, precisa ser resolvido e também os aspectos subjetivos, que foram levantados ao longo dos diálogos das personagens. Nesse sentido, o “milagre” econômico do período brasileiro também não foi suficiente para concretizar as perspectivas do Dr. Gomes sobre os lucros da empresa. A ascensão visada não ocorre e os diversos escritórios concorrentes são o empecilho que resulta em estagnação da empresa publicitária. Mas é preciso que alguém leve a culpa de tal falha; e na peça de Consuelo de Castro, o empresário Dr. Gomes decide demitir Nildo, pois ele e seu pensamento em ‘crise’ são os motivos para a agência não avançar economicamente em compa-

ração com os demais grupos sociais que Gomes cita como exemplo do “milagre econômico” brasileiro que funcionou.

[...] Até os camelôs da esquina estão vendendo seus alfinetes com a maior dignidade. O poder aquisitivo do povo continua crescendo. A classe média está cada vez menos média. E a burguesia nunca esteve tão emplumada, tão cheia de requintes e necessidades na vida. Este país está atravessando um milagre econômico. Entende? E por que só eu não ganho nada nesse milagre? (CASTRO, 1989, p. 253-254).

Não ganhar nada é o caminho de volta que a empresa faz, ela não avança financeiramente e, cada vez menos, organizativamente. Dr. Gomes assume uma postura superior às demais classes trabalhadoras, tentando ostentar um patamar elevado que não o iguale a elas, pois ele é um empresário. A falta de consciência de classe faz com que a personagem questione a razão de todos ascenderem, mas a empresa dela não. Ao não se enxergar como também pertencente à classe trabalhadora, Dr. Gomes culpabiliza os pobres, os trabalhadores, sem entender a lógica de um sistema que está funcionado para atender apenas os detentores do capital.

Por fim, após a demissão do Nildo, quando os demais funcionários se reúnem para a produção de uma nova publicidade, Cabecinha se rebela contra o trabalho pouco remunerado, ambiente no qual todos se vendem para garantir o mínimo. A personagem então que, no decorrer da peça, faz alusão aos ambientes externos à agência decide ir embora, demite-se e sai sem destino. O que resta às personagens é questionar se ele irá voltar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A peça teatral *Caminho de volta* traz em seu conflito as implicações de um discurso falho a respeito do milagre econômico brasileiro. Na concepção de um único espaço dramático que abarca a todas as personagens, os problemas advindos ficam mais ressaltados, pois estão todos sob o jugo de um chefe desumano que não aparece nos instantes iniciais da peça, mas, quando em cena, manifesta a possível falência da agência e ordena as criações publicitárias. Ou seja, o poder da personagem Gomes fica ainda mais evidente, pois dentro do espaço das quatro paredes não é possível fugir, mas sim produzir, ou ao menos tentar produzir.

Enquanto Marisa percebe o trabalho como uma ascensão social, ao destacar as localidades organizadas e modernas que passa a frequentar, Cabecinha reitera o caráter de submissão do espaço de trabalho e almeja acessar outros ambientes. Apesar de aquela personagem ser objeto de assédio tanto dos colegas quanto do chefe, Marisa é a única que pronuncia a necessidade de salvar a agência e destaca a bondade do chefe. Já Cabecinha vê na falência a chance de finalmente sair daquele ambiente. Todavia, para Marisa não ter mais o emprego seria motivo para retorno a locais que não pretende habitar.

Analisar o espaço dramático de *Caminho de volta* a partir do levantamento de estruturas semiolxicais (UBERSFELD, 2005) expande a percepção dos locais de ação das personagens. Ao especificarmos as determinações de lugares, é perceptível a recorrência de ambientes que fazem alusão à agência publicitária. As personagens permanecem cerceadas a esse local e quando mencionam outros lu-

gares, tais espaços dramáticos ficam no nível da enunciação, pois não há movimento das personagens para um espaço dramático diferente ao escritório. Nesse sentido, a constância das personagens ao mencionarem os territórios outros, externos, denota uma vontade de ruptura com o espaço de trabalho opressor.

Assim, o fato de estarem alocados ao ambiente fechado da agência gera uma justaposição entre as discussões trabalhistas e as discussões subjetivas de cada personagem. Os conflitos pessoais delas e o conflito que engloba a todos os funcionários, como a possível falência da empresa, precisam ser resolvidos no espaço da sala de criação. Um espaço que se mostra a cada ato mais opressivo e violento. Logo, o que destacamos é a impossibilidade de fuga das opressões apresentadas. As respostas do setor econômico não favorecem de modo esperado, sobrecarregando as personagens em diferentes níveis. Esses movimentos que oscilam entre o progresso enquanto trabalhador, mas também de regresso enquanto sujeitos, demarcam o retorno, por vezes cíclico, especificam os espaços dos quais as personagens não conseguem efetivamente sair.

BIBLIOGRAFIA

CASTRO, Consuelo de. **Biblioteca Mário de Andrade Projeto Memória Oral**. [Entrevista concedida a] Luis Francisco Carvalho Filho e Daisy Perelmutter. Biblioteca Mário de Andrade, São Paulo, p. 1-53, 5 nov. 2009. Disponível em: <https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/cultura/bma/memoria_oral/index.php?p=7078>. Acesso em: 11 jul. 2022.

CASTRO, Consuelo de. Caminho de volta. In: _____. **Urgência e ruptura**, São Paulo: Perspectiva: Secretaria do Estado da Cultura, 1989, p. 185–261.

MACHADO, Marcelo R. **Os determinantes do milagre econômico brasileiro: 1968-73**. 2010. Monografia (Bacharelado em Economia) – Instituto de Economia – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

PASCOLATI, Sonia. Operadores de leitura do texto dramático. In: BONNICI, Thomas; ZOLIN, Lúcia O (org.). **Teoria Literária: abordagens históricas e tendências contemporâneas**. 3. ed. rev. e ampl. Maringá: Eduem, 2009, p. 93–112.

PAVIS, Patrice. **Dicionário de teatro**. Tradução sob a direção de J. Guinsburg e Maria Lúcia Pereira. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.

UBERSFELD, Anne. **Para ler o teatro**. Tradução de José Simões. São Paulo: Perspectiva, 2005.