

Dossiê

Variedades de História
do Trabalho

História do Trabalho traduzida para a televisão*

Pamela Cox**

Resumo: Este artigo considera os desafios e vantagens de traduzir a pesquisa histórica acadêmica em formatos populares para a televisão. Traça momentos-chave no desenvolvimento de programas de história televisiva na Grã-Bretanha dos anos 1950 até o presente e explora o impacto de duas mudanças recentes significativas: a fragmentação da expertise acadêmica tradicional; e o empoderamento das audiências. O artigo avança para discutir como essas e outras mudanças ajudaram a moldar a produção de duas grandes séries históricas da BBC sobre o trabalho das mulheres, ambas apresentadas e coescritas pela autora (*Servants*, 2012 e *Shopgirls*, 2014). Este artigo é adaptado de uma palestra da autora para a conferência Mundos do Trabalho em Porto Alegre em 2018.

Palavras-chave: história pública; história do trabalho; gênero; televisão; empatia.

Abstract: This article considers the challenges and advantages of translating academic historical research into popular television formats. It traces key moments in the development of televised history programmes in Britain from the 1950s to the present and explores the impact of two significant recent shifts: the fragmentation of traditional academic expertise; and the empowerment of audiences. The article moves on to discuss how these and other shifts helped to shape the making of two major BBC history series on women's labor, both presented and co-written by the author (*Servants*, 2012 and *Shopgirls*, 2014). This article is adapted from a keynote address by the author to the Worlds of Labor conference in Porto Alegre in 2018.

Keywords: public history; labor history; gender; television; empathy.

* Tradução: Mariângela de Mattos Nogueira.

** Pamela Cox leciona e pesquisa sobre história, sociologia, criminologia e estudos de gênero na Universidade de Essex. É presidente da Sociedade de História Social, fundada por Asa Briggs e Harold Perkin em 1976, e preside o conselho editorial de sua revista, *Cultural and Social History*. Também é diretora de um grande consórcio de formação de doutorado, a Rede do Sudeste para Ciências Sociais (SeNSS) financiada pelo Conselho de Pesquisa Econômica e Social e abrangendo dez universidades inglesas. Pamela escreveu e apresentou duas séries históricas da BBC sobre o trabalho das mulheres – *Servants* (2012) e *Shopgirls* (2014) – e é autora e coautora de muitos livros e artigos, incluindo dois artigos recentes: “The Future Uses of History”, *History Workshop Journal*, 75: 1, 125-145, 2013; e “Garotas de Loja, História Social e Teoria Social”, *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 37, n. 75, p. 243-271, 2017. E-mail: pamcox@essex.ac.uk. Twitter: @ProfPamelaCox. Website: <https://www.essex.ac.uk/people/coxpa93003/pamela-cox>.

Introdução

Passei grande parte da minha carreira me movendo entre as disciplinas de história, sociologia e criminologia. Isso significou passar muito tempo transitando entre os desafios do passado e do presente. Esse movimento, esse diálogo – entre disciplinas, entre passado e presente, entre diferentes públicos – dependeu de tradução.

Escolhi a tradução como meu tema nesta palestra e quero explorá-lo por meio de minhas recentes experiências em programas de televisão para a British Broadcasting Corporation (BBC): *Servants: The True Story of Life Below Stairs* (Criadas: a verdadeira história da vida embaixo das escadas) (2012) e *Shopgirls: The True Story of Life Behind the Counter* (Garotas de lojas : a verdadeira história da vida atrás dos balcões) (2014).

Estamos familiarizados com a ideia de que coisas “se perdem na tradução”, que as mensagens ou os significados podem ser diminuídos quando se movem entre idiomas ou formatos. Certamente, coisas realmente se perdem na tradução quando a pesquisa acadêmica é convertida para a TV. Eu vou abordar isso aqui. No entanto, quero me concentrar no que podemos ganhar com a tradução. Quero argumentar que a boa história para televisão não só pode enriquecer muito a pesquisa, mas, inicialmente, também nos lembrar de por quê fazemos essa pesquisa.

Antes de embarcar nisso, gostaria de começar colocando a história televisiva no contexto mais amplo da história pública. Meus exemplos são extraídos de um contexto britânico, mas espero que também falem a outros contextos, inclusive ao brasileiro.

O consumo de história pública

Vivemos num período sem precedentes de apetite público por história. Na Grã-Bretanha, e em muitas outras partes do mundo, a *heritage industry*¹ continua a se expandir. Mais pessoas (mais de quatro milhões) estão associadas a uma organização patrimonial chamada National Trust, que pertence a todos os nossos partidos políticos juntos.

As vendas de livros de História estão crescendo. Os festivais de história agora acontecem em paralelo a festivais literários e culturais. Centenas de pessoas passam os fins de semana em reconstituições históricas. Rastrear nossas histórias de família tornou-se um passatempo nacional e o tráfego em sites como o Ancestry.com é intenso. Mesmo no mundo dos jogos eletrônicos, muitos dos mais populares jogos de tiro em primeira pessoa (FPS, sigla em inglês) reconstróem conflitos e batalhas históricas – se bem que com muita licença criativa.

Grande parte desse terreno é exposta por Jerome de Groot em seu livro *Consuming History*² – uma extensa pesquisa que mapeia como o consumo popular da história vem se transformando nos últimos anos e argumenta que os historiadores profissionais têm tido pequeno papel nessa transformação, além de desacreditá-la por “apequenar” a disciplina. Para um crítico, o livro “serve como

1 N. do T.: *Heritage industry* é a atividade empresarial de gerenciar lugares históricos de um país e incentivar o seu turismo.

2 DE GROOT, J. *Consuming History: Historians and Heritage in Contemporary Popular Culture*. Londres: Routledge, 2008.

um manifesto para o reengajamento de estudiosos com história pública”.³ A abordagem de “mercado de massa” de De Groot ampliou o trabalho estabelecido sobre a história pública e comunitária,⁴ um campo que continua a se expandir.⁵ A história pública agora é, em si mesma, uma subespecialidade dentro de uma disciplina histórica mais ampla, com linhas que abrangem política, diplomacia e consumo cultural.

Mas, o que está impulsionando o consumo cultural de massa da história? Em parte, o desejo de nos colocarmos na (pós-)modernidade. Quem somos nós? Como nossas vidas se tornaram do jeito que são? Como nossas vidas poderiam ser diferentes? As histórias que contamos a nós mesmos – sobre nós mesmos, nossas comunidades, nosso país – definem quem éramos, quem somos e quem queremos ser.

Elas fazem parte de um projeto mais amplo de autoidentificação e autoprojeção.

Essas histórias são ainda mais cruciais porque muitos de nós sentimos que vivemos um tempo não historicizado, não mais enraizados nas estruturas tradicionais e nas certezas aparentes.

Nossa paixão pela história pública talvez seja motivada por um desejo – consciente ou não – de escapar do presente, de nos perdermos em outros tempos e culturas. Às vezes, lamentamos o fim dos mundos que perdemos. Às vezes, temos prazer de ter deixado esses mundos para trás. Isso levanta questões interessantes sobre as conexões – a empatia ou a antipatia – que podemos sentir em relação àqueles que viveram no passado. Voltarei a esse tema mais adiante.

A história televisiva como parte da história pública

A história televisiva é apenas um elemento dessa rica e variada paisagem da história pública e, claro, é bem particular. Achei útil considerar isso em minha pesquisa para *Servants* e *Shopgirls* porque me ajudou a entender a evolução de estilos distintos de narrativa, narração e visualização históricas.⁶

Talvez vocês conheçam A. J. P. Taylor como um dos principais historiadores britânicos de diplomacia e relações internacionais. Ele também foi seguramente o primeiro historiador da TV da Grã-Bretanha. Sem adereços, sem artifícios – apenas um acadêmico brilhante, com uma gravata borboleta, fazendo um discurso direto, diretamente para a câmera. Seu formato, que chamo de *expert address* (discurso de especialista), encontra eco nos *TED talks*⁷ de nossos tempos. Ex-jornalista que costumava escrever manchetes atrativas, as palestras de Taylor tinham títulos ousados como “Por que as guerras começam?”, e “Por

3 FLEMING, N. C. “Review of ‘Consuming History: Historians and Heritage in Contemporary Popular Culture’”. De Jerome de Groot. *Twentieth Century British History*, 20:2, 2009, p. 270-272.

4 Ver, por exemplo: SAMUEL, R. *Theatres of Memory: Past and Present in Contemporary Culture, Volume 1*. Londres: Verso, 1996; SAMUEL, R. *Island Stories: Unravelling Britain. Theatres of Memory: Volume 2*. Londres: Verso, 1999; TOSH, J. *Why History Matters*. Londres: Palgrave Macmillan, 2008.

5 Ver, por exemplo: CAUVIN, T. *Public History: A Textbook of Practice*. Londres: Routledge, 2016; GARDNER, J.B.; HAMILTON, P. *The Oxford Handbook of Public History*. Oxford: Oxford University Press, 2017.

6 Para uma visão geral, ver também: BELL, E. “Television and memory: history programming and contemporary identities”. *Image and Narrative*. 12:2, 2011; GRAY, A.; BELL, E. *History on Television*. Londres: Routledge, 2013; HUNT, T. “Reality, Identity and Empathy: The Changing Face of Social History Television”. *Journal of Social History*. 39:3, 843-858, 2006.

7 N. do T.: TED talks são conferências realizadas por especialistas de áreas diversas, num formato breve – cerca de 18 minutos –, destinadas à propagação de ideias e seus vídeos são divulgados via internet.

que as guerras terminam?”, e apresentavam a história pública como uma forma despidorada de educação pública, edificação e provocação. Sua série de TV foi transmitida, com grande sucesso, de forma intermitente, por mais de duas décadas, dos anos 1950 aos 1970.

Então, o “discurso do especialista” saiu do estúdio. A épica série de televisão do historiador da arte Kenneth Clarke, *Civilisation* (1969), ofereceu grandes narrativas em grande escala através de sua vasta história da arte, arquitetura e cultura europeias. Nela, o apresentador especialista está sempre numa locação (e nunca num estúdio de TV), e conta uma história abrangente percorrendo locais visualmente ricos.

Onde as coisas aconteceram (e não por que aconteceram) tornou-se central para atestar a autenticidade da narrativa histórica. O espaço tornou-se tão importante quanto o tempo como condutor e criador desse tipo de narrativa histórica. A jornada do historiador de TV entre os espaços se tornaria, mais tarde, um elemento-chave (e cada vez mais lugar-comum) nesses tipos de programas.

A interpretação singular de Clarke sobre a civilização europeia tem sido sujeita a muitas críticas ao longo dos anos, que, em geral, questionavam seu direito, como homem branco privilegiado, de elaborar essa narrativa grandiosa em particular. Recentemente, a BBC encomendou uma série igualmente épica, mas marcadamente pluralista – mais de 40 anos depois da original. Esta foi intitulada *Civilisations* (2017) e contou com três diferentes apresentadores para abranger narrativas culturais globais entrelaçadas. Mary Beard, David Olusoga e Simon Schama abordaram temas desafiadores em suas histórias de expressão criativa, tecendo histórias – frequentemente negligenciadas por Clarke – de exploração cultural e expropriação por meio do colonialismo, do genocídio, da escravidão, da perseguição e do poder calcado na desigualdade de gênero.

Na sequência da, e talvez como uma reação à, série *Civilisation* de Clarke (1969), um novo estilo de história televisiva emergiu no início dos anos 1970. O apresentador desapareceu completamente, substituído por um novo formato conduzido por fontes de arquivo e por entrevistas com um narrador, mas nenhum apresentador central. O exemplo clássico britânico desse formato foi *The World at War* (1973-74), uma série que conta a história da Segunda Guerra Mundial em 26 episódios – na época a série de TV mais cara de todos os tempos. Esse formato influenciaria o que estava começando a emergir como “história das pessoas”, que combinava história oral, depoimentos e imagens de documentos. Em termos de métodos de pesquisa, essa forma de história era moldada diretamente por sociólogos do meu próprio departamento da universidade – Paul Thompson,⁸ Thea Thompson⁹ e, mais tarde, Michael Roper¹⁰ – todos eles ajudaram a introduzir o uso de entrevistas qualitativas e trabalho de memória como dados culturais. Na virada do milênio, uma série em particular promoveu esse formato. Chamada *People's Century* (1999), ela procurou descrever e explicar as amplas mudanças sociais, econômicas e políticas que moldaram a vida no século XX, combinando macroeventos com microexperiências.

8 THOMPSON, P. *The Edwardians: the remaking of British society*. Londres: Weidenfeld and Nicolson, 1975; THOMPSON, P. *The Voice of the Past: Oral History*. Oxford: Oxford University Press, 1978; THOMPSON, P.; BORNAT, J. *The Voice of the Past: Oral History*. Oxford: Oxford University Press, 2017 (4 ed.).

9 THOMPSON, T. *Edwardian Childhoods*. Londres: Routledge and Kegan Paul, 1981.

10 ROPER, M. “Oral History”. In: *The Contemporary History Handbook* (orgs.), B. Brivati, J. Buxton e A. Seldon. Manchester: Manchester University Press, 1996; ROPER, M. “Private Lives, Public History”. *Australian Historical Studies*. 48 (2), 310-311, 2017.

A década de 1990 também viu outras inovações na história televisiva na Grã-Bretanha. Foi a ascensão do **apresentador celebridade**. Aqui, historiadores profissionais foram substituídos por celebridades – em geral, atores, escritores, políticos, artistas e comediantes – num esforço para alavancar o alcance e a quantidade de público. Esse formato foi introduzido por *Time Team* (1994-2013), uma série baseada em buscas arqueológicas. Ela foi inovadora em muitos aspectos. Era apresentada por um conhecido ator de comédia, Tony Robinson, trabalhando em parceria com uma equipe de especialistas em arqueologia. Foi a primeira série a mostrar uma equipe de historiadores totalmente engajada na “prática” da história e, literalmente, “metendo as mãos na massa”. Foi também a primeira a estruturar sua narrativa – seu relato histórico – em torno do risco: a equipe conseguiria resolver o mistério histórico escolhido, e completaria a escavação arqueológica antes que as escavadeiras dos empreiteiros avançassem e os créditos rolassem?

O formato apresentado por celebridades continua atualmente. *Who Do You Think You Are?* (transmitido pela primeira vez em 2004 e ainda no ar) usa a história pessoal de uma celebridade para contar uma história social mais ampla. Os episódios mais populares são tipicamente aqueles que envolvem uma celebridade com ancestrais que viveram tragédias, dificuldades ou escândalos – em geral, crime, pobreza, abandono ou perseguição. Aqueles com mais ancestrais “normais” raramente conseguem ser aprovados pela edição. Aqui, o passado é apresentado como uma jornada pessoal da tragédia (histórica) ao triunfo (contemporâneo) – uma montagem do caráter da celebridade ao longo do tempo e contra as adversidades.

Outra inovação dos anos 1990 veio na forma de *reality shows* históricos. E envolvia a transmissão ao vivo de pessoas comuns que vivem em condições históricas. O primeiro exemplo, *1900 House* (que foi ao ar pela primeira vez em 1999) mostrava uma família do final do século XX debatendo-se com a vida doméstica do início do século XX – sua “casa de 1900” tinha poucos dos confortos da vida moderna da classe média.

Esse foi, sem dúvida, o primeiro *reality show* do gênero e influenciou a promoção desse formato, agora global – do *Big Brother* a *Love Island*. A realidade histórica na TV teve muitos seguidores na Grã-Bretanha, incluindo a *Edwardian Country House*, a *Victorian Farm*, a *Edwardian Farm* e a *Turn Back Time*. Nessas séries, a narrativa é impulsionada pela busca da empatia do público, convidando os telespectadores comuns (em vez de especialistas acadêmicos) a imaginar como pessoas comuns teriam se sentido no passado.

A última inovação nos formatos de história televisiva, a partir dos anos 1990 e início dos anos 2000, foi a **participação do público**. No primeiro exemplo, *Great Britons* (2002), o público da TV era convidado a participar de uma pesquisa por telefone e votar. Um grupo de dez candidatos foi composto por dez celebridades. A lista era eclética e incluía Elizabeth I, a princesa Diana, William Shakespeare e Isaac Newton. O vencedor foi Winston Churchill. Em *Restoration* (2003), o público escolhia que seleção de edifícios históricos ameaçados deveria ser restaurada com recursos da loteria. O vencedor da primeira série foi a Victoria Baths, uma casa de banho pública do século XIX em Manchester. Com a escalada desse formato, vimos uma mudança significativa de ponto de vista, dos especialistas para o público, e novo empenho em focar a audiência e franquear sua participação. Isso continua a ser popular: a BBC lançou recentemente uma nova série desse tipo, *Icon* (2019), que convida o público a votar no indivíduo que acredita ter feito a mais influente contribuição para a vida global no século XX.

Mesmo com essas inovações, historiadores profissionais permaneceram parte da história televisiva. Ao longo das décadas de 1990 e 2000, o especialista em locação foi primeiramente reinventado pelo trabalho de historiadores homens (notadamente David Starkey, Simon Schama e Niall Ferguson), mas depois, cada vez mais, de mulheres historiadoras e classicistas (Amanda Vickery, Bettany Hughes, Mary Beard, Amanda Foreman e Lucy Worsley). Questões de gênero e interseccionalidade são também muito debatidas em relação à história pública, particularmente na televisão. O direito das mulheres de produzir uma grande narrativa, ao invés de uma transversal, permanece muito contestado, assim como o seu direito de dirigir o debate cultural (inter)nacional.¹¹

Outro formato de história televisiva que deve ser mencionado aqui é o **drama histórico ou de época**. Da década de 1950 até o presente, esta tem sido a peça essencial da programação britânica para séries longas. A incumbência de minha própria série de documentários sobre história, na BBC, deveu muito ao sucesso de duas séries de dramas de época num canal comercial rival: *Downton Abbey*, uma série seguindo o destino de uma fictícia família britânica e seus empregados domésticos no início do século XX, e *Mr. Selfridge*, um drama que representa a ascensão de uma das lojas de departamentos mais famosas de Londres, a Selfridges.

Esse breve passeio pela história televisiva reflete **duas grandes mudanças sociais**: primeiro, a fragmentação (ou divisão, ou compartilhamento) da expertise acadêmica tradicional; segundo, o empoderamento dos públicos. Para mim, as duas são parte de uma mudança social muito mais ampla. A era do usuário final, ou cidadão-consumidor, é fruto dos tipos de processos sociais de grande escala em que os historiadores e sociólogos aprofundam-se – mudanças nas divisões do trabalho, produção, consumo; mudanças nas definições de direitos, confiança e autoridade. Eu diria que as duas mudanças, o compartilhamento de conhecimentos e o empoderamento do público, são positivas. Alguns podem discordar, ligando essa mudança ao surgimento de populismos culturais e políticos. Mas para mim, é importante que, como clientes de rua comercial, estudantes numa universidade ou pacientes do NHS (Serviço Nacional de Saúde britânico), as opiniões e preferências dos telespectadores sejam mais importantes do que nunca – embora, é claro, nem sempre eles alcancem o que querem.

É claro que, se não conseguir o que deseja, o público tradicional de TV agora pode – e o faz – criar e compartilhar seu próprio conteúdo nas mídias sociais. Em uma noite normal na Grã-Bretanha, o Youtube, o Vimeo, o Facebook, o Instagram e o Snapchat combinados provavelmente atraem mais “telespectadores” do que os canais de TV, especialmente entre os menores de 18 anos. Qualquer pessoa que faça algum tipo de programa de TV nesses tempos – e especialmente aqueles que pretendem traduzir a história para a televisão – tem que se adaptar às circunstâncias. Quando fazemos a história pública hoje na Grã-Bretanha, o fazemos no contexto de populismos culturais e políticos e numa era sem precedentes de escolhas do público.

11 Para uma visão geral dos esforços, passados e presentes, para silenciar as mulheres, ver: BEARD, M. *Women and Power: A Manifesto*. Londres: Profile Books, 2017; BELL, E. “‘No one wants to be lectured at by a woman’: Women and history on TV”. *Women’s History Magazine*, 4-12, 2008.

A realização de *Servants* e *Shopgirls*

Muitas dessas tendências da história televisiva ajudaram a moldar a realização das duas séries com as quais estive envolvida: *Servants* e *Shopgirls*. Em certa medida, ambas as séries funcionam como uma palestra especializada numa locação. Mas elas também se propuseram a compartilhar/difundir conhecimento especializado – por meio de entrevistas com outros pesquisadores (alguns acadêmicos, outros não) e ex-funcionários, comerciários ou seus descendentes. Ambas devem muito às apresentadoras historiadoras que conquistaram uma imprescindível voz feminina na apresentação. Ambas estavam muito atentas ao público. Desde o início, queríamos ir além do espectador de história televisiva (principalmente mais velhos, principalmente homens), atraindo os aficionados do drama histórico (*Downton Abbey*, *Mr. Selfridge*) e também os fãs do que poderia ser chamado de “recursos históricos” dos programas sobre história da habitação, do design, dos jardins, da comida, da saúde, das lojas, das roupas – o material da vida cotidiana e um conteúdo padrão de muitas revistas femininas.

O que ganhamos ao traduzir a história do trabalho para a televisão com a realização de *Servants* e *Shopgirls*? Acredito que, indo além dos formatos textuais convencionais, ganhamos três coisas.

I. Fomos capazes de contar histórias invisíveis, trazendo esses dois grupos de trabalhadores para o público de séries históricas.

Na Grã-Bretanha, no seu apogeu, havia mais pessoas que trabalhavam no serviço doméstico do que em qualquer outra atividade. Muitas pessoas hoje na Grã-Bretanha – inclusive eu – são descendentes de criados. Porque manter criados era extremamente comum. Isso não se limitava às grandes casas de campo, mas se estendia a toda escala social, como ainda acontece no Brasil e em muitos outros países nos dias de hoje. A manutenção de criados foi incorporada à arquitetura do dia a dia da Grã-Bretanha – dos porões e sótãos, dos terraços vitorianos às entradas laterais das propriedades geminadas suburbanas do período entre-guerras. Qualquer um que pudesse pagar empregava ajuda doméstica na Grã-Bretanha até os anos 1930 e mesmo depois.

Então, por que os historiadores os ignoraram e por que os realizadores preferiram documentar o drama senhor/empregado doméstico, como em *Downton Abbey*?

Antes de abordar esta questão, preciso reconhecer aqui algumas exceções importantes. Historiadoras sociais feministas foram pioneiras em estudos sobre o serviço doméstico,¹² embora a maioria delas concorde que seu trabalho foi recebido, inicialmente, com indiferença pela comunidade acadêmica em geral, particularmente por historiadores do trabalho focados em indústrias maiores e nas lutas operárias a elas relacionadas, e por feministas historiadoras do trabalho concentradas no papel das mulheres trabalhadoras nessas lutas. Assim, os historiadores do trabalho foram, lamentavelmente, responsáveis por negligenciar

12 DAVIDOFF, L. *Worlds Between: Historical Perspectives on Class and Gender*. Nova York: Routledge, 1995; HORN, P. *The Rise and Fall of the Victorian Servant*. Gloucester: Alan Sutton, 1990; DELAP, L. *Knowing their Place: Domestic Service in Twentieth-Century Britain*. Oxford: Oxford University Press, 2011; LIGHT, A. *Mrs Woolf and the Servants: The Hidden Heart of Domestic Service*. Londres: Penguin, 2007; STEEDMAN, C. *Labours Lost: Domestic Service and the Making of Modern England*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

as histórias de milhões de trabalhadores no serviço doméstico que não se enquadravam nas estruturas epistemológicas vigentes da época – a saber, que os trabalhadores explorados, em algum momento, se tornariam conscientes e se mobilizariam para resistir à exploração. Da mesma forma, historiadores sociais – trabalhando na tradição de Harold Perkin, Dorothy Perkin e Asa Briggs – eram mais críticos aos enquadramentos marxistas, mas lançavam sua luz analítica às experiências de profissionais do sexo masculino de classe média e, portanto, também negligenciavam os empregados domésticos.

Outros fatores também contribuíram para a negligência aos trabalhadores domésticos por historiadores sociais e do trabalho. Os registros de serviço, quando mantidos, estão em mãos de particulares, e não em arquivos públicos. O que pode tornar muito difícil rastreá-los e reuni-los. Além disso, a própria natureza do serviço doméstico é outro complicador. Cozinhar, limpar, lavar, passar, consertar, polir e cuidar não cria nenhum “produto final” duradouro. O fogo ardente, os lençóis limpos, a refeição cozida são todos transitórios. O trabalho empregado neles tem que ser sempre refeito, muitas vezes, no mesmo dia. E deve ser feito “invisivelmente” – o bom criado é aquele que trabalha nos bastidores e não deixa vestígios, literalmente apaga o registro de sua própria história.

Muito disso também se aplica à história dos trabalhadores no comércio e explica por que também eles foram amplamente negligenciados pelos historiadores sociais e do trabalho. Os comerciários constituíam uma enorme proporção dos trabalhadores na Grã-Bretanha do século XIX e início do século XX. Assim como o serviço doméstico, esse foi um campo de trabalho que se tornou uma ocupação feminina ao longo do tempo. Em 1900, duzentos e cinquenta mil mulheres trabalhavam em lojas. Por volta da década de 1960, esse número havia crescido para mais de um milhão, quase um quinto da força de trabalho feminina do país. Como os empregados domésticos, seu trabalho não criava um produto final duradouro. Eles, particularmente, estavam situados no espaço transicional liminar entre produtores e consumidores. Amiúde mudavam de emprego e, como trabalhadores transitórios e frequentemente de meio período (especialmente aquelas que eram mães), suas histórias podem parecer irrelevantes. Eu faço um relato mais detalhado dessa negligência dos historiadores em meu artigo para a *Revista Brasileira de História*.¹³

Então, um dos nossos desafios na realização das duas séries foi trazer os criados e os comerciários de volta à cena, encontrando maneiras de dar visibilidade a esse trabalho “invisível” de uma maneira respeitosa. Algumas das maneiras pelas quais fizemos isso serão familiares aos historiadores acadêmicos. Na série *Servants*, por exemplo, fizemos isso por meio dos diários de criados e patrões; de entrevistas com antigos criados e seus descendentes; e das estatísticas do censo. Em outras palavras, trabalhamos com textos e números. Mas algumas das outras maneiras pelas quais fizemos isso serão muito menos familiares. E, aqui, reside o valor particular de uma gama de técnicas sutis de produção de filmes usadas pelas equipes de criação nos bastidores – todas elas foram vitais no processo de tradução da história do trabalho para a TV.

As sequências de abertura do último episódio de *Servants* servem como um exemplo das muitas diferentes técnicas usadas pela equipe de criação:

- colocar-me no lugar de uma criada, permitindo que a câmera me seguisse

¹³ COX, P. “Garotas de loja, história social e teoria social”. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 37, n. 75, p. 243-271, 2017. <http://dx.doi.org/10.1590/1806-93472017v37n75-11>.

enquanto eu refazia seus caminhos por diferentes casas, por escadarias e túneis de serviço, por desertos aposentados de empregados;

- reconstruir os elementos físicos e sensoriais do trabalho diário dos empregados, sentindo o peso e imaginando o mau cheiro dos penicos e baldes, ou o bom cheiro de pão assado;
- ajustar as cores: capturar a penumbra dos quartos de empregados e o brilho das salas dos patrões;
- usar o som – a música da abertura sugere uma mudança irrefreável; a trilha sonora, *Einstein on the Beach* de Philip Glass, nos “encontra” numa escada de serviço;
- mostrar imagens díspares de histórias fragmentadas – usando cartões postais com retratos de criados desconhecidos e colocando-os sobre corrimãos e em esquinas;
- produzir grafismos arrojados – na abertura da série era usada uma imagem mural de criados, em estilo grafite, sobreposta à fachada de uma casa de campo.
- usar vinhetas e sequências gráficas para identificar e apresentar as habilidades envolvidas em um processo particular de trabalho “invisível” – por exemplo, a preparação de um prato complicado, o conserto de uma peça de roupa cara, antecipando ansiedades ou desejos do cliente.

Todas essas técnicas criativas tinham seu próprio elemento sensorial. Convidavam o público a experimentar o mundo do criado usando todos os seus sentidos. Queríamos trazer os criados à vista de muitas maneiras diferentes – não apenas através dos textos e números que ainda estruturam a maior parte da produção acadêmica.

As equipes de criação, que fizeram as duas séries, usaram todas essas táticas sensoriais para envolver o público e fazê-lo mergulhar no mundo retratado. Eles usaram outras técnicas para envolver mais diretamente as emoções do público. Isso pode ser controverso para aqueles que desconfiam da “manipulação” emocional, mas eu defendo que esse engajamento emocional é o segundo benefício oferecido pela história televisiva.

II. A história televisiva desperta emoções

Em ambas as séries, queríamos mostrar que as histórias do serviço doméstico e no comércio são muito emocionantes – uma história de como as pessoas negociavam hierarquia, lealdade e deferência, e também quantas celebraram quando romperam os limites sociais. Queríamos traçar a luta das muitas criadas e comerciárias por respeito como trabalhadoras e como mulheres – algumas através de esforços para criar sindicatos, mas outras por meios mais informais. Nosso desejo era que o público se identificasse com essa luta, mas que também entendesse por que outras não foram atraídas para ela.

As histórias do serviço doméstico e no comércio também são muito íntimas. Elas tocam em aspectos muito particulares de nossas vidas: como organizamos nossos lares, o que comemos, o que vestimos, como nos mantemos limpos, como atendemos as necessidades do outro e como nos entretemos com o desejo, o prazer e a culpa de fazê-lo. Buscar envolver-se com essas histórias no nível emocional não era impor uma estrutura emocional a elas. Em vez disso, era identificar – para

tornar visíveis – suas dimensões emocionais inatas. O trabalho sociológico recente sobre o setor de serviços enriqueceu enormemente a história do trabalho por meio da exploração do trabalho emocional – formas de trabalho que exigem o gerenciamento de sentimentos.¹⁴ O trabalho emocional é, muitas vezes, bastante generalizado e, quando assume a forma de trabalho ou de cuidado doméstico, pode ser visto como uma faceta inata ou essencializada da feminilidade. Em outras palavras, desempenhar um papel ou assumir o cuidado doméstico é, para muitas, simplesmente desempenhar um papel feminino normativo. Isso ajuda a explicar por que tais tarefas, quando empreendidas por mulheres, e particularmente por mães, tias, avós ou irmãs não remuneradas, não são vistas como “trabalho”, mas como atos esperados de amor ou dever. O entrelaçamento do trabalho emocional (mal pago) com a reprodução social (não remunerada) do trabalho tem sido bastante explorado por sociólogas e historiadoras feministas.¹⁵ Nos contextos do Brasil e de outros países moldados pelo colonialismo e pela escravidão, essa dinâmica é ainda mais complicada por hierarquias étnicas e de gênero. Assim como era esperado que um escravo afro-brasileiro, no passado mais distante, trabalhasse sem direitos formais ou remuneração, podia-se esperar que um trabalhador doméstico afro-brasileiro trabalhasse de maneira semelhante até no passado recente.¹⁶

Voltando a *Servants* e *Shopgirls*, como é que essas séries históricas televisivas descrevem e exploram esses elementos desafiadores do trabalho das mulheres nos setores de serviços? Uma maneira era encorajar contribuições diretas de ex-criados e comerciários e oferecer-lhes a oportunidade de apresentar seu próprio testemunho sobre sua experiência de, e preparação para o, trabalho emocional em sua faina mais ampla. Alguns refletiram positivamente sobre sua disposição de “superar as expectativas” dos respectivos empregadores, enquanto outros relataram seu desalento diante das expectativas com alguns empregadores. Em ambos os casos, a rotineira obscuridade do trabalho era evidente.

Outra maneira que a série empregou para alcançar seu objetivo de suscitar emoções – desta vez as da plateia e não dos participantes – era para mim, como apresentadora, encontrar formas de me conectar com esse público. Fui tecnicamente treinada para estar diante da câmera: como me comportar, para onde olhar, como andar, como simplificar e lembrar as coisas; mas também fui treinada emocionalmente. Meu instrutor foi um ator e diretor da Royal Academy of Dramatic Art (Academia Real de Arte Dramática). Sua mensagem era bem simples: se eu quisesse alcançar uma audiência diversificada, precisaria pensar sobre o que gostaria que eles *sentissem*, e não simplesmente o que eu queria que eles *aprendessem*. Quando estava preparando minhas “*pieces to camera*”,¹⁷ eu tive que pensar muito sobre o que eu queria que os espectadores sentissem em cada cena: surpresa, choque, divertimento, vergonha, indignação?

14 HOCHSCHILD, A.R. *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press, 1983.

15 Ver, por exemplo: HARTMANN, H. “The unhappy marriage of Marxism and feminism: towards a more progressive union”. In: SARGENT, L. (org.). *Women and revolution: a discussion of the unhappy marriage of Marxism and Feminism*. Boston: South End Press, 1981, p. 1-42; OAKLEY, A. *The sociology of housework*. Nova York: Basil Blackwell, 1974; DAVIDOFF, L. and HALL, C. *Family Fortunes: Men and Women of the English Middle Class*. Londres: Hutchinson, 1987; GLUCKSMANN, M. “Why ‘Work’? Gender and the ‘Total Social Organisation of Labour’”. *Gender, Work and Organization*. 2:2, 63-75, 1995.

16 Economist. *Maid in Brazil: Domestic Workers in Brazil*. <https://www.economist.com/americas-view/2014/06/23/maid-in-brazil>, acesso em 23 de junho de 2014.

17 N. do T.: *Piece to camera* é o termo usado na televisão e no cinema para quando um apresentador ou um personagem fala diretamente com a audiência através da câmera.

Em uma cena no episódio final de *Servants*, fui filmada numa casa de campo – Brodsworth em Doncaster, agora transformada em atração turística. Enquanto os visitantes caminhavam ao meu redor, eu refletia sobre o que eles veem ou não da contribuição dos criados. O objetivo nessa cena era desafiar os espectadores que faziam essas visitas a olhar e pensar de maneira diferente da próxima vez.

Algumas pessoas podem considerar isso como manipulação. E é. Mas é também uma das chaves para contar histórias poderosas e criar narrativas convincentes. E são essas histórias e narrativas que dão forma e significado às nossas vidas. Eles também são a base para a empatia – para a nossa capacidade de refletir sobre nossas próprias vidas e estender essa reflexão para a vida de outras pessoas.

Debates sobre empatia na história e nas ciências sociais não são uma novidade. Na verdade, eles formam uma rica costura em torno da qual a história, as ciências sociais e muitas outras disciplinas estão estruturadas. Eles nos levam de volta às discussões do Iluminismo sobre as tensões entre razão e sentimento e nos lançam para o futuro. O filósofo David Hume chegou a alegar que a própria moralidade derivou do sentimento moral – da simpatia e da empatia com os outros – em vez de uma razão mais distante ou abstrata. O teórico social Max Weber desenvolveu o conceito de *verstehen* como uma maneira de capturar nossa necessidade de entender, perceber e conhecer o mundo; compreender os significados pretendidos ou expressos pelo outro. O historiador R. G. Collingwood acreditava que a empatia era a chave para o que ele chamou de “imaginação histórica”. O sociólogo C. Wright Mills achou a mesma coisa como central para a “imaginação sociológica”. Os psicólogos hoje veem a capacidade de empatia como o alicerce dos comportamentos pró-sociais. Movimentos progressistas em todo o mundo constroem suas políticas na identificação empática com os Outros.

Meu argumento aqui é que não devemos confundir sentimento com sentimentalismo ou empatia com irracionalidade. Em vez disso, devemos vê-los como subjacentes a uma sociabilidade moralmente informada. E, é claro, em uma sociedade moderna multimidiada, a televisão e outras mídias desempenham um papel importante na estruturação desse processo. Isso me leva ao terceiro ganho obtido ao traduzir a história do trabalho para a televisão.

III. A história televisiva atrai públicos ativos e cria espaço para a prática progressista

No total, cada episódio de cada série atraiu mais de um milhão de espectadores. Eles também foram pré-exibidos, analisados e discutidos no rádio e na mídia impressa. O livro que escrevi em parceria com a produtora executiva Annabel Hopley, para acompanhar a série *Shopgirls*, foi vendido em supermercados, não apenas em livrarias acadêmicas.¹⁸

Muitos de nossos espectadores e leitores mantiveram conosco um ativo diálogo. Eles eram muito diretos em nos dizer exatamente o que pensavam de nosso trabalho. E nos corrigiam em vários pontos. De fato, Annabel sempre imagina a audiência olhando por cima de seu ombro enquanto edita uma sequência. O respeito pelo público provoca rigor na história televisiva – pelo menos na que estive envolvida.

¹⁸ COX, P.; HOBLEY, A. *Shopgirls - The True Story of Life Behind the Counter*. Londres: Hutchinson, 2014.

Os espectadores não nos contatavam apenas para oferecer correções. Eles também ofereciam novas histórias para pesquisa e acesso a material de arquivo pessoal.

E tuitaram durante toda a transmissão, levando o envolvimento a níveis mais amplos. No YouTube, ambas as séries alcançaram um público mais global e isso, por sua vez, desencadeou comentários e sugestões mais globais. De fato, a razão de eu estar aqui em Porto Alegre hoje é porque Gino Negro¹⁹ (Universidade Federal da Bahia e editor da *Revista Brasileira de História*) viu a série *Servants* no YouTube e me mandou um e-mail para discutir e depois me apresentou a Clarice Gontarski Speranza²⁰ (Universidade Federal do Rio Grande do Sul e uma das organizadoras da conferência *Mundos do Trabalho*).²¹

Na minha experiência, o público da história televisiva está muito interessado em fazer parte de conversas mais amplas sobre todos os tipos de problemas. A história pública é uma via de mão dupla. E isso me leva à parte final do que quero dizer.

Mostrei como a prática de traduzir a história para a TV tem uma longa história e destaquei duas mudanças significativas que ocorreram nos últimos anos: o compartilhamento de conhecimentos e a centralidade do público. Argumentei também que a história acadêmica não precisa ser amesquinhada pela TV. Ela não precisa perder qualidade na tradução, mas pode, na verdade, ganhar muito com esse processo. Sugeri que para a história, como disciplina, representa três ganhos específicos: através do poder da TV como meio visual, através de seu poder de engajamento emocional e de seu poder de comandar audiências verdadeiramente massivas. Central para todos os três é a empatia. Mas empatia é suficiente? Há uma crítica comum, muitas vezes direcionada à TV e a outras mídias visuais – que, apesar de sua capacidade de gerar empatia, na verdade encorajam a passividade e a indiferença públicas.

Muitos comentaristas argumentam que a mídia moderna estimula a empatia, para depois desperdiçá-la. Susan Sontag argumenta num relato clássico sobre a fotografia documental que os retratos de atrocidades reduzem o sofrimento a um espetáculo.²² Michael Ignatieff argumenta num ensaio sobre ética e televisão que a TV pode criar causas morais, mas que a “vida útil” destas tende a ser “brutalmente curta”. Ele continua dizendo que a pergunta feita pelos apresentadores “como as pessoas se sentem?” serve, muitas vezes, para enfatizar a distância entre o público e os temas do programa – apontando para um “abismo” que a empatia “não pode esperar cruzar”.²³ Da mesma forma, Zygmunt Bauman argumenta que, embora sintamos empatia por estranhos na tela, isso sempre será uma empatia a uma distância segura. O sofrimento *na* tela de vidro permanece firmemente *atrás* da tela de vidro.²⁴

Isso levanta uma questão sobre o que a história televisiva poderia – ou deveria – fazer com a empatia que gera, especialmente em relação a sofrimentos passados. O público pode sentir empatia com os ancestrais de uma celebridade

19 N. do E.: Antonio Luigi Negro, professor do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em História da UFBA, editor da *Revista Brasileira de História* entre 2015 e 2017.

20 N. do E.: Clarice Gontarski Speranza, professora do Departamento e do Programa de Pós-Graduação em História da UFRGS, Coordenadora Nacional do GT Mundos do Trabalho entre 2016 e 2018.

21 N. do E.: V Seminário Internacional Mundos do Trabalho, realizado pelo GT Mundos do Trabalho da Associação Nacional de História (ANPUH-Brasil) na UFRGS, Porto Alegre, entre 25 e 28 de setembro de 2018.

22 SONTAG, S. *Regarding the Pain of Others*. Nova York: Farrar, Straus e Giroux, 2003.

23 IGNATIEFF, M. “Is nothing sacred? The ethics of television”. *Daedalus* 114:4, 57-78, 1985.

24 BAUMAN, Z. *Community: Seeking Safety in an Insecure World*. Cambridge: Polity Press, 2001.

que viveram em casas de acolhimento e trabalho, mas estão dispostos a estender essa empatia às pessoas que hoje em dia fazem filas para conseguir alimentos? Da mesma forma, eles podem sentir empatia com as dificuldades dos empregados domésticos do passado, mas como eles veem as dificuldades de seus sucessores atuais? É possível canalizar essa empatia para a mudança social?

Isso é pedir muito da TV. Podemos desejar que a história televisiva ajude a promover mudanças sociais, mas temos que reconhecer que essa é uma responsabilidade compartilhada – que muitos outros têm seu papel a desempenhar: comunidades, corporações, partidos políticos, ativistas, grupos religiosos; e professores e outras pessoas nas universidades. Eu diria que, se queremos que a TV contribua para a mudança social e a justiça social, precisamos empreender outro conjunto de traduções – e desenvolver diálogos com os outros que mencionei aqui.

Deixe-me oferecer alguns exemplos modestos. Em 2014, ajudei a criar uma campanha para um novo Estatuto das Mulheres Trabalhadoras – 40 anos depois do original elaborado por um grupo de trabalhadoras na Grã-Bretanha em 1974. A campanha, encampada pela organização History and Policy e envolvendo representantes da central sindical Trades Union Congress, foi inspirada em pesquisas para a série *Shopgirls* – especialmente pesquisas para o episódio final que trouxe a história até o presente. A história não tem final feliz. O varejo é o maior empregador do setor privado do Reino Unido. Dois terços dos seus 2,7 milhões de trabalhadores são mulheres e uma grande parte delas está em contratos de tempo parcial ou flexíveis e com baixos salários.

No episódio final, entrevistei um grupo de mulheres trabalhadoras numa rede nacional de supermercados, a Sainsbury's (a mesma loja em que trabalhei quando adolescente, na década de 1980). As mulheres no vídeo estão otimistas em relação às suas condições de trabalho. Mas muitas delas explicaram que só realizam esse tipo de trabalho de baixa remuneração no comércio de varejo porque ainda é a única maneira de fazer malabarismos entre o trabalho remunerado e as responsabilidades e cuidados domésticos não pagos. Esse cenário muito comum é um dos principais fatores que contribuem para a continuidade da desigualdade de gênero hoje – 40 anos depois dos esforços da segunda onda feminista para combatê-la.

Nosso apelo por um novo Estatuto das Mulheres Trabalhadoras recebeu algum impulso e cobertura da imprensa nacional. Menciono-o aqui como um pequeno exemplo da possibilidade de abrir caminho para que a empatia gerada por uma série televisiva – nesse caso, a empatia com os desafios enfrentados pelas mulheres trabalhadoras no passado e no presente – contribua para apelos mais diretos por justiça e mudança sociais. A história do trabalho precisa estar ligada ao ativismo trabalhista se for para uma mudança efetiva. A história pública, e dentro dela a história televisiva, pode desempenhar o seu papel, mas não pode estar sozinha.

Os trabalhadores de serviços domésticos, em todo o mundo, continuam a trabalhar em condições precárias. O Brasil tem o maior número de trabalhadores domésticos no mundo: 7,2 milhões de pessoas, 93% deles são mulheres.²⁵ Há muitos estudos sobre sua situação e seus direitos trabalhistas duramente conquistados, mas ainda limitados – incluindo o direito básico de serem reconhecidos como trabalhadores.

25 DORCADIE, M. "The precarious status of domestic workers in Brazil". <https://www.equaltimes.org/>. Acessado em 14/03/2018.

Conde, por exemplo, argumenta que o serviço doméstico brasileiro está enraizado nas histórias do colonialismo e da escravidão, em que os pobres trabalhavam de graça, amiúde dentro de hierarquias sociais e raciais definidas. Em fevereiro de 2018, o Brasil ratificou a Convenção 189 da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre as condições para os trabalhadores domésticos – um importante passo à frente. Enquanto isso, os sindicatos das empregadas domésticas no Brasil continuam sua luta por direitos e reconhecimento.²⁶ Em 2012, em parte como resultado de campanhas, o governo brasileiro concedeu seguro de saúde e outros benefícios às empregadas domésticas. Em 2013, o documentário *Doméstica (Housemaids)*, de Gabriel Mascaro, foi muito aclamado. Estes são todos progressos significativos, que estão desempenhando um papel em ajudar as trabalhadoras domésticas a se moverem, para usar a poderosa frase de bell hooks, “do silêncio ao discurso” e, assim, “de objeto a sujeito”.²⁷

Na Grã-Bretanha, a batalha pelos direitos dos trabalhadores domésticos está agora focada nos direitos dos trabalhadores migrantes empregados nesse campo. O sistema de “Overseas Domestic Worker Visa” (visto de trabalhador doméstico no exterior), por exemplo, permite que os empregadores no exterior tragam consigo seus trabalhadores domésticos quando visitam o Reino Unido por até seis meses. Trabalhadores domésticos em residências podem incluir faxineiros, motoristas, jardineiros, cozinheiros, babás e cuidadores. No entanto, esse sistema está sujeito a abuso, com muitos desses trabalhadores – principalmente mulheres – tornando-se vítimas da escravidão e da exploração doméstica. A *Modern Slavery Act (Lei Contra a Escravidão Moderna)*, de 2015, procura resolver essa situação, mas continua enfrentando desafios para fazê-lo, incluindo sigilo, intimidação e extorsão.

Conclusão

Nas universidades britânicas de hoje, os acadêmicos são incentivados – na verdade, obrigados – a definir esse tipo de atividade como “impacto acadêmico”. Para mim, é uma forma de ativismo, um tipo muito direto de História Pública, de Sociologia Pública, e até serviço público, orientados politicamente. Assim como a realização da história televisiva, a construção de conexões entre as disciplinas, esse tipo de ativismo depende do poder da comunicação, da narração de histórias e, em última análise, do poder da tradução.

Recebido em 20/09/2018

Aprovado em 28/09/2018

26 CONDE, C. M. *Le travail domestique au Brésil. Une étude à la lumière de la Convention n° 189 et de la Recommandation n° 201 de l’OIT*. Mémoire présenté à la Faculté de Droit en vue de l’obtention du grade de maîtrise en Droit international, Université de Montréal, 2015.

27 HOOKS, B. *Talking Back: Thinking Feminist, Thinking Black*. Boston: South End, 1989, p. 5-9.