

Um Estudo Sobre a Novela Avenida Brasil e a Construção Identitária Brasileira¹

Amanda dos Santos Lanzetti AYRES²
Kamila Silva de SOUZA³
Pâmela Rocha de FREITAS⁴
Francielle Maria Modesto MENDES⁵
Universidade Federal do Acre, Rio Branco, AC

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo fazer a análise da telenovela *Avenida Brasil* (2012) enquanto produto televisivo de massa. Para isso, parte-se das perspectivas culturais e identitárias da população brasileira e como isso se configura na construção narrativa da obra. A trama de João Emanuel Carneiro se passa no bairro ficcional do Divino, no subúrbio do Rio de Janeiro, e tem a classe C como protagonista. Autores como Stuart Hall, Tomaz Tadeu da Silva, Maria Immacolata Vassalo de Lopes, entre outros, foram usados como embasamento bibliográfico.

PALAVRAS-CHAVE: Avenida Brasil; Novela; Identidade; Classe C.

INTRODUÇÃO

A televisão foi e ainda é uma revolucionária no mundo moderno, influenciou décadas e atualmente é o maior meio de comunicação brasileiro. Foi Assis Chateaubriand o responsável pela chegada da televisão em terras brasileiras na década de 1950 quando fundou a TV Tupi na cidade de São Paulo.

Segundo dados divulgados pela Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal em 2016, quase 90% da população afirmou se informar pela televisão sobre o que está acontecendo no Brasil, e desses, 63% tem a TV como principal meio de informação. É considerável o impacto que esse meio de comunicação causa na vida das

¹ Trabalho apresentado na IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 22 a 24 de maio de 2018.

² Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Acre - UFAC, e-mail: ayres.amanda@yahoo.com.br.

³ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Acre - UFAC, e-mail: kamilasouzza@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Acre – UFAC, e-mail: pamela_rocha_@hotmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Acre - UFAC, e-mail: franciellemodesto@gmail.com

peçoas, e em meio à programação exibida, a telenovela ganhou bastante espaço com os telespectadores. Grijó comenta que:

Com mais de cinco décadas de existência, a telenovela brasileira assumiu o posto de representante maior de nossa cultura entre todos os outros gêneros televisivos. Depois desses anos de experiência, observamos que as telenovelas conquistaram reconhecimento público como produto artístico e cultural e ganharam visibilidade como agente central do debate sobre a cultura brasileira e a identidade do país em suas mais variadas vertentes. (GRIJÓ, 2011, p. 1)

A Avenida Brasil é a via mais extensa do país, são 58 quilômetros que cruzam 27 bairros da cidade do Rio de Janeiro, a maioria na região periférica, que compõe grande parte do subúrbio carioca. Destarte, não é coincidência a identificação da classe média com a telenovela, pois nota-se uma preocupação dos produtores com essa representação partindo desde o nome que ela carrega. Uma tentativa bem-sucedida de fazer essa classe se enxergar na nova dramaturgia.

Avenida Brasil foi uma novela da Rede Globo exibida de março até novembro de 2012, dividida em 179 capítulos. Produzida por João Emanuel Carneiro foi a telenovela brasileira mais vendida, com licenciamento em 130 países, incluindo todos da América Latina. Segundo a revista Forbes, foi também a terceira novela mais próspera mundialmente, ficando atrás apenas da colombiana *Yo soy Betty, la fea* e da venezuelana *Kassandra*.

Nota-se que as oposições são o centro das novelas, podendo opor: homens e mulheres, gerações, classes sociais, e outros tantos embates. É a partir desse olhar que a luta de classes ocupava seus espaços nas telenovelas no Brasil. A classe popular assim retratada, como uma oposição entre ricos e pobres sempre teve lugar na Rede Globo apenas como uma pequena parte da história contada, mas só a partir de Avenida Brasil, o subúrbio ocupa o protagonismo da narrativa, é a “nova classe C” conquistando seu espaço nas telenovelas. Para Woodward:

A casa é o espaço na qual muitas pessoas vivem suas identidades familiares. A casa é também um dos lugares nos quais somos espectadores das representações pelas quais a mídia produz determinados tipos de identidades, por exemplo, por meio da narrativa das telenovelas. (WOODWARD, 2009, p. 30)

Por vezes, as novelas fazem o papel de transmissores de informação e conhecimento, por serem em um formato mais popular e de alcance em grande escala. Historicamente, a Rede Globo é conhecida por suas grandes novelas, principalmente sobre elites, foi esse fato que diferenciou Avenida Brasil das demais, a proximidade com o público que outras novelas não possuíam.

Em artigo publicado no jornal Folha de São Paulo, o jornalista Vaguinaldo Marinheiro denomina essa classe como “A menina dos olhos” que todos querem tirar “para dançar”, em uma alusão ao mercado consumidor. E porque a “nova classe C” conquistou esse espaço? Essa pergunta é respondida pelos dados da Fundação Getúlio Vargas que apontam que de 2003 a 2011, quarenta milhões de pessoas passaram das classes D e E para a classe C.

ENREDO

A novela é dividida em três grandes partes. O começo se passa no ano de 1999 quando Genésio (Tony Ramos) se casa com Carminha (Adriana Esteves) que se passa por uma boa mulher preocupada com o marido, com o lar e com sua enteada Rita (Mel Maia). Mas seu real propósito é dar um golpe no marido, ficar com todo seu dinheiro e ir embora.

Rita descobre as reais intenções de Carminha e foge de casa para avisar o pai, que acaba morrendo atropelado na Avenida Brasil pelo jogador de futebol Jorge Tufão (Murilo Benício). Tufão está no auge de sua carreira e por medo da imprensa foge do lugar sem prestar socorro a vítima. Com um sentimento de culpa, o jogador decide se aproximar de Carminha para lhe prestar ajuda, no entanto Carminha sente que é a oportunidade perfeita para casar-se com um marido rico.

De origem pobre, Carminha leva Rita para morar onde morou na sua infância, num lixão a céu aberto. Seu amante e cúmplice Maxwell (Marcello Novaes) é quem leva a garota. E a partir daí a garota cresce alimentando seu desejo de vingança pela morte do pai provocada pela Carminha, e pelo abandono que sofreu.

É no lixão que Rita conhece Batata (Bernardo Simões) e cria um laço afetivo muito forte. Alguns meses depois Rita é adotada por um casal Argentino, vai morar em Buenos Aires, muda seu nome para Nina e começa a construir seu plano de vingança contra Carminha.

Quando Caminha casa com Tufão e passa a viver numa mansão no bairro do Divino (bairro suburbano fictício), ela adota Batata, que é seu filho biológico com Maxwell. Em seguida, Batata passa a se chamar Jorginho, homenagem ao pai adotivo.

Na segunda parte, mais de 10 anos depois, Nina (Débora Falabella) volta ao Brasil para trabalhar na casa de Carminha como cozinheira e executar seu plano de vingança. É nesse momento que ela começa a conviver com Carminha e a família do Tufão, passando a conhecer a rotina e a história deles, criando laços com os familiares.

O final da novela se passa com a Nina conseguindo desmascarar Carminha, provando seu caso com Maxwell, que no final da novela ela mata no lixão. Carminha vai presa, Tufão se casa com seu antigo amor, Monalisa (Heloísa Perissé) e Nina fica com Jorginho.

LINGUAGEM ACESSÍVEL A TODOS OS PÚBLICOS

Não é novidade que as novelas trazem uma linguagem um pouco mais informal para ter aproximação com o público, a diferença aqui foi a linguagem um pouco mais coloquial, com termos mais comuns que usamos no dia a dia, para uma maior aproximação do público, para lhes causar identificação e afinidade. Sendo assim, “a representação de uma fala mais acessível, está intimamente ligada à identidade e conhecimento” (HALL, 2016, p.25).

Muitas cenas no decorrer da novela se passaram na mesa de jantar durante a realização das refeições para o aparecimento de Nina, que era chefe de cozinha. A grande parte dessas cenas era de pessoas conversando alto, falando todas ao mesmo tempo, discutindo, por vezes, brigando, e todas gesticulando bastante. Cenas essas que não são comuns em outras novelas ou em outros núcleos da própria Avenida Brasil. Essa organização familiar e esse tipo de linguagem representavam o estereótipo da família de classe média.

A diferença entre classe média e elite sempre ficou evidenciada na novela, apesar da família do jogador Jorge Tufão ser abastada, porém, de origem humilde. Ela não perdia suas raízes de subúrbio e fazia questão de afirmar isso no decorrer da novela, como era possível ver em alguns capítulos.

Quando as cenas se passavam no subúrbio, sempre era possível observar que enquanto um personagem falava e tinha o foco das câmeras os outros continuavam em

movimento e conversando ao fundo, diferente do que se pode perceber nos outros âmbitos das novelas, pois quando um personagem fala os outros silenciam. Essa foi uma tática usada para caracterizar as pessoas da classe média da novela.

Schirmer traz uma análise da linguística das telenovelas brasileiras e faz um comparativo com os discursos do ex-presidente Lula:

Pela forma como falava - de maneira informal articula uma mensagem facilmente compreendida pelo povo. Por meio do uso dessa forma criou um carisma que convencia. Pois [...] poderia proferir o mesmo discurso por meio de uma estrutura linguística mais elaborada, com palavras menos usuais, mas certamente grande parte da população não compreenderia, ou não captaria a mensagem que [...] pretendia transmitir. (SCHIRMER, 2013, p.33)

Quando se pensa em qual público você quer atingir precisa pensar qual a melhor forma de conversar com eles. Por ser a televisão um meio de comunicação de massa e as telenovelas alcançarem lares em todos os níveis é sensato buscar uma forma linguística que chegue a todos os tipos de público, e foi isso que Avenida Brasil fez.

BAIRRO DO DIVINO

A trama se passa num bairro suburbano fictício chamado Divino, que foi inspirado no bairro de Madureira. A trilha sonora do bairro foi uma adaptação da música “Meu Lugar” do sambista Arlindo Cruz, onde no refrão falava-se “*Madureira*” e trocou para “*É Divino*”. A troca do refrão da música de “*Madureira*” para “*É Divino*” reforça a ideia de identidade, de afirmação, como algo positivo. Sobre isso Silva afirma: “A identidade é simplesmente aquilo que se é. A identidade assim concebida parece ser uma positividade (aquilo que sou), uma característica independente, um fato autônomo” (SILVA, 2009, p.74). O bairro popular trouxe certa familiaridade ao público. Era possível observar na novela coisas reais de um bairro periférico, como por exemplo, um campinho de futebol de terra batida onde as crianças brincavam.

Assim como toda ficção que procura credibilidade, elementos do cenário reforçaram as características da classe ali representada, e entende-se que para representar o real necessitamos de estereótipos, pois só assim toda uma classe consegue

ser atingida e se sentir representada, uma vez que seria impossível colocar a singularidade de cada indivíduo ali. Os elementos foram pensados para ‘dizer algo’ ao público, dar um sentido, uma identidade.

Outros elementos foram usados para caracterizar o bairro do Divino: o time de futebol que levava o nome do bairro, Divino Futebol Clube, onde boa parte do elenco jovem masculino fazia parte do time, e os personagens se envolviam com as atividades do clube; o salão da Monalisa; o bar do Silas; e, a loja do Diógenes.

O salão da Monalisa é um lugar popular no bairro, onde as mulheres faziam fila para testar seus cosméticos e alisar seus cabelos. O salão também organizava desfiles de beleza, musa e etc. Pode-se notar mais uma vez que a escolha dos aspectos da novela não foi algo solto, e sim para trazer o público para perto, para perceber que ele faz parte dessa realidade. “Cada personagem da novela tem um determinado enfoque, que não é propriamente de coadjuvante. No Divino, bairro fictício de Avenida Brasil, a impressão é de que todos eram protagonistas. Aliás, o próprio Divino é um protagonista.” (LOPES, 2016, p.164)

Como em todo e qualquer bairro, independente de pobre ou rico, tem um bar onde as figuras do bairro circulam, esse é o bar do Silas (Aílton Graça). Nele são apresentadas figuras que passam boa parte do dia bebendo cerveja, jogando sinuca e conversando, é o caso do pai do Tufão, Leleco (Marcos Caruso), que não exerce nenhum tipo de trabalho ou função, passa os dias no bar do amigo Silas.

Outra figurinha conhecida é a loja de roupas do Diógenes (Otávio Augusto), onde podemos perceber a presença de alguns personagens, como é o caso da Suelen (Isis Valverde). Suelen é uma vendedora da loja que tem problemas em chegar no horário para trabalhar e sair no meio do serviço para fazer coisas do dia a dia, destrata os clientes e fica chantageando o patrão para não demiti-la. Outro personagem é o Darkson (José Loreto), cuja ocupação é ficar na frente das lojas populares chamando as pessoas da rua pra comprar, fazendo brincadeiras e por vezes até rimas.

É interessante notar que o público alvo da novela quer se ver representado na mídia, e é exatamente o que passou a ser feito. Avenida Brasil reflete isso, uma classe que não tenta esconder de onde veio. Muito pelo contrário, no caso de Tufão, mesmo rico, o personagem faz questão de continuar vivendo no subúrbio, local onde passou a infância, e ao longo da narrativa demonstra orgulho por sua história e origem. Lopes afirma que “Por isso a importância da trama estar situada no subúrbio, dando

visibilidade, internacional até, ao protagonismo das classes populares” (LOPES, 2016, p.164).

A relação de identificação se dá em Avenida Brasil quando observamos, por exemplo, elementos da cenografia. A revista *Veja* em sua versão on line, identifica como “vitrine da Classe C” a casa de Carminha, que opta pelo exagero combinando a estampa do sofá com papel de parede e exibe porta-retratos com molduras brilhantes misturados a objetos de porcelana, dando a entender que não necessariamente há um bom gosto clássico, muito pelo contrário. Os itens evidenciam apenas o poder de compra da personagem. Esses objetos de cena são os elementos de identificação com a classe C.

TRILHA SONORA

A trilha sonora escolhida para essa parte da novela foi de gêneros mais populares, como: pagode, funk e sertanejo. Enquanto na zona sul, elite da trama, figuram nomes como Maria Rita, Alok e Rita Lee, o bairro do divino ganhou músicas com uma batida mais dançante.

A música de abertura da novela era uma versão brasileira da música *Danza Kuduro*, ritmo angolano que surgiu na década de 1980, que em alguns aspectos se assemelha ao funk carioca. Algumas músicas já eram velhas conhecidas do público, mas retornaram aos ouvidos das pessoas com a novela, como é o caso de *Humilde Residência* de Michel Teló e *Eu quero tchu, eu quero thca* de João Lucas e Marcelo, ambas de 2011, ano anterior a exibição da novela.

Músicas como *Correndo atrás de mim*, do Aviões do Forró, *Ricardão*, de Mariozan Rocha, já eram conhecidas na maioria dos estados do Nordeste e ganharam espaço em cenário nacional. Em uma cena na mansão de Tufão, a empregada doméstica Zezé (Cacau Protásio) começou a cantar a música de forma errada e virou febre na internet, as pessoas criaram memes, *gif* e animações com a personagem e a música.

FIGURINOS

Os personagens de origem do Divino são representados com roupas mais chamativas, coloridas, onde costumeiramente as roupas e cores não conversam entre si,

caracterizando-os como moradores do subúrbio. O figurino feminino tem suas cores fortes e vivas, com muitas estampas geométricas, estampas no estilo *animal print* (estampa de bicho) ou até mesmo floridas. Segundo Ortiz:

O gosto, propensão e aptidão à apropriação (material e/ou simbólica) de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras, é a fórmula generativa que está no princípio do estilo de vida. O estilo de vida é um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, mobília, vestimentas, linguagem ou héxis corporal, a mesma intenção expressiva, princípio da unidade de estilo que se entrega diretamente à instituição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados. (ORTIZ, 1983, p.2)

Sobre vestimenta Hall afirma que “Roupa, por exemplo, pode ter uma função física simples – cobrir e proteger o corpo do clima. Contudo, também se apresentam como signos. Elas constroem significados e carregam uma mensagem.” (HALL, 2016, p.68). Os acessórios também são peças marcantes entre as mulheres deste núcleo da novela, que usam sempre cordões grandes e dourados, várias pulseiras, brincos grandes e cintos de fivelas chamativas. Seus cabelos estão sempre arrumados e escovados ou “chapeados” e as unhas bem esmaltadas.

Os sapatos também são peças importantes na composição das vestimentas das personagens da novela, não muito diferentes dos trajes, são sapatos de salto alto e colorido. Na indústria da moda, há denotações sobre composição de cada item a ser usado, são combinações de cores e acessórios que combinam como explica Hall:

As roupas, por elas mesmas, são os significantes. O código da moda nas culturas consumidoras ocidentais, como a nossa correlacionam tipo ou combinações particulares de roupas com certos conceitos (“elegância”, “formalidade”, “casualidade”, “romance”). Esses são os significados. Esses códigos convertem as roupas em signos que podem ser lidos como uma linguagem. Na linguagem da moda, os significados são arranjados em certa sequência, em determinadas relações uns com os outros. As relações podem ser de similaridade – certos itens combinam. (HALL, 2016, p.69-70)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O sucesso de Avenida Brasil foi inquestionável e boa parte disso se deu pela escolha certa de como direcionar sua novela ao público. Produzir uma novela direcionada ao público da classe C foi um acerto que permitiu a Rede Globo não só

pontos de audiência como recordes de vendas dos seus produtos da linha que levavam a marca dela.

Mesmo que de forma estereotipada na maioria das vezes, se ver representado numa novela em horário considerado nobre é algo que não tinha sido visto anteriormente. É importante trazer ao público novelas que tenham a ver com a realidade do público. E a realidade brasileira não é dar uma voltinha na orla de Copacabana numa segunda à tarde, talvez não da grande maioria, como estamos acostumados a ver nas novelas.

A narrativa construída na novela também foi um dos pontos principais, pois estava concentrada em tramas comuns do cotidiano das famílias e dos conflitos no trabalho. A oratória também foi destaque, pois permite traços mais coloquiais na fala sem perder a essência de novela Rede Globo.

Até que ponto a classe emergente se sente representada na telenovela Avenida Brasil? O que observamos com a análise da narrativa é que, de fato a telenovela quis evidenciar o “real”. Os signos ali colocados retrataram o momento histórico, com a congruência necessária para dialogar com o público telespectador. Os estereótipos estavam todos ali, como as refeições na casa do Tufão marcadas por calorosas discussões, o figurino das personagens e os objetos de cena, facilmente encontrados em um passeio mais atento pelas ruas do subúrbio brasileiro.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Anderson. Brazilian Telenovela 'Avenida Brasil' **Makes Billions By Mirroring Its Viewers' Lives**. Disponível em:

<<https://www.forbes.com/sites/andersonantunes/2012/10/19/brazilian-telenovela-makes-billions-by-mirroring-its-viewers-lives/#5df01a5644c0>>. Acesso em: 2 de fevereiro de 2018.

EBTE ENGENHARIA. **Avenida Brasil**. Disponível em: <<http://ebte.com.br/ff-portfolio/avenida-brasil/>>. Acesso em: 11 de abril de 2018.

GRIJÓ, Wesley Pereira. **As camadas populares nas “telenovelas das nove” da TV Globo na década de 2000**. VIII Encontro de História da Mídia, Guarapuava – 2011.

G1. **TV é o meio preferido de 63% dos brasileiros para se informar, e internet de 26%, diz pesquisa**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml>> Acesso em: em 2 de fevereiro de 2018.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Tradução: Daniel Miranda e Willian Oliveira. Rio de Janeiro: Ed. PUC – RJ. Apicuri, 2016.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Por que estudar Avenida Brasil? A importância estratégica dos estudos de televisão.** In: RICARDO ZAGALLO CAMARGO. Brasil: Múltiplas Identidades. São Paulo: Alameda, 2016.

MARINHEIRO, Vaguinaldo. **A menina dos olhos: todos querem tirar a nova classe média para dançar.** Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/ed703todos-querem-tirar-a-nova-classe-media-para-dancar/>>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2018.

ORTIZ, Renato. **Bordieu – Sociologia.** São Paulo: Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 39. 1983.

REDAÇÃO. O que é kuduro? Disponível em: <<https://super.abril.com.br/cultura/o-que-e-kuduro/>>. Acesso em: 15 de fevereiro de 2018.

UOL. "Avenida Brasil", licenciada para 130 países, é a mais exportada da Globo. Disponível em <<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/08/vista-por-130-paises-avenida-brasil-e-a-novela-mais-exportada-da-globo.htm>>. Acesso em: 2 de fevereiro de 2018.

SCHIRMER, Ariane Borba Clos. **Interface literatura e linguística: uma abordagem possível para a telenovela brasileira.** 2013, 71f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Faculdade de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais.** 9.ed.- Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

ZYLBERKAN, Mariana. A classe C no horário nobre. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/entretenimento/a-classe-c-no-horario-nobre/>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2018.